PROFIL

nr 1 (92) styczeń 2001
ISSN 1427-8995





program dla **rozmawiających** w sieci idea

dajemy Ci więcej

Zarząd PTK Centertel Sp. z o.o.

informuje,

że z dniem 21 grudnia 2000 roku

nastąpiła zmiana adresu Spółki.

Aktualny adres to:

PTK Centertel Sp. z o.o.

ul. Skierniewicka 10a

01-230 Warszawa



Szanowni Państwo,

Serdecznie witamy w pierwszym numerze magazynu „Profil", wydawanego w nowej formie. Jak już wcześniej informowaliśmy, „Profil" jest teraz adresowany (i bezpośrednio wysyłany) specjalnie do Uczestników programu Idea Profit. W styczniowym numerze wszystkie informacje o programie zostały wyraźnie wyodrębnione. W sekcji Idea Profit znajdą Państwo nową ofertę jednego z głównych partnerów programu – PCSB „Błękitni", prezentację partnera strategicznego – Wielkopolskiego Banku Kredytowego SA, a także aktualną listę innych partnerów w poszczególnych kategoriach.

Jednym z kilku nowych roamingów w sieci Idea (a jednocześnie usługą najciekawszą pod względem technicznym) jest roaming satelitarny z siecią Globalstar, z którego Abonenci sieci Idea mogą korzystać jako pierwsi w Polsce. Inna ciekawostka z dziedziny telekomunikacji w tym numerze „Profil-u" to niezwykle popularny w Japonii tzw. tryb i-mode, który stanowi odpowiednik technologii WAP, wykorzystywanej w Europie. Poza tym w dziale „Idea mobile" znajdą Państwo informacje o nowej, SMS-owej usłudze „Pocztówkowa Idea".

„Tematem Idei" są architektoniczne przemiany, zmieniające oblicze Warszawy. „W sieci" znajdą Państwo opis wartych odwiedzenia stron internetowych, poświęconych zdrowiu i temu, jak o nie dbać. Polecamy także ciekawy artykuł na temat „społecznego wymiaru" Internetu – akcji charytatywnych, fundacji itd. A „Idea po godzinach" zaprasza do odwiedzenia Martyniki i prezentuje wiele nowości wydawniczych, płytowych i filmowych.

Zapraszamy do lektury
– Redakcja

Wydawca:
Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.

Redakcja:
Biuro Komunikacji Marketingowej PTK

Redaktor Naczelny:
Iwona Zabielska

Sekretarz Redakcji:
Krzysztof Adelt

Redakcja: Agnieszka Guzek

Współpracownicy:
Małgorzata Węgrzecka, Artur Stadnik

Korekta:
Irena Szewczyk

Reklama:
Patrycja Wąsowska
tel. (0-22) 656 14 44 w. 1315

Opracowanie graficzne:
Jurek Wasiukiewicz

Adres Redakcji:
ul. Skierniewicka 10a
01-230 Warszawa

tel. (0-22) 656 15 97,
faks (0-22) 656 14 44 w. 1906

Druk: Prasowe Zakłady Graficzne, Bydgoszcz

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.

temat miesiąca

mobile

6 Program Idea Profit
– nowa oferta

8 Wielkopolski Bank Kredytowy SA
– partner PTK Centertel w programie Idea Profit

10 Lista partnerów programu

12 Kalendarium wydarzeń w PTK Centertel



14 Globalstar
– roaming satelitarny w sieci Idea



16 I-mode
– prekursor i konkurent WAP

18 „Pocztówkowa Idea''
– opis usługi

20 Wysyłanie i odbieranie SMS w nowych modelach aparatów, nowe roamingi w Idei

22 Zamęt w cieniu Pałacu
– historia Warszawy i jej nowe architektoniczne oblicze



■ MINI INFORMATOR ■

Informacja handlowa: 0-800 123456
– połączenie bezpłatne z dowolnego aparatu (w sieci Idea, NMT i stacjonarnej)

Biuro Obsługi Klienta: *22
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)

501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea

(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne

+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100**
– numery dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Programu Idea Profit:

***300** – połączenie z telefonu w sieci Idea lub NMT

+48 501 400 300 – połączenie z dowolnego telefonu

Informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych

***123** – z telefonu komórkowego

501 200 123, 90 200 123 – połączenie z dowolnego telefonu

PTK Centertel w Internecie:

www.idea.pl
– strona domowa sieci Idea
- oferta Idea Optima, Meritum i POP,
- promocje, usługi dodane, taryfy, telefony, roaming
- interaktywna mapa zasięgu
- sklep internetowy (sprzedaż aktywacji, aparatów, usługi POP)
- bramka SMS
- informacje o firmie



www.centertel.pl
– strona poświęcona analogowej sieci Centertel NMT (odnośnik do strony www.idea.pl pozwala korzystać m.in. z mapy zasięgu)



w sieci

29 Cyfrowa biblioteka
– recenzje programów multimedialnych

30 Sieciowa dobroczynność
– akcje charytatywne i fundacje w Internecie

32 Na zdroWWWie
– internetowe serwisy o tym, jak dbać o zdrowie

po godzinach

34 Od słowa do słowa
– felieton

35 Nowości wydawnicze

36 Co nowego w kinach

37 Nowości płytowe

38 Martynika. Wyspa kwiatów i kolibrów



40 Arbiter elegantiarum
– sylwetka kreatora mody, Gianfranco Ferre

42 Wegetariańskie przysmaki
– kuchnia i przepisy wegetariańskie

■ MINI INFORMATOR ■

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne

Serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea
501 234 234, 90 234 234
- telefony (*15)
- usługi dodane (*115)
- ceny i promocje (*120)
- roaming międzynarodowy (*125)
- usługa POP (*130)

Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim
501 213 213, 90 213 213
(internet: **www.prorexim.com.pl**)
- kursy walutowe (*15)
- oprocentowanie depozytów bankowych (*110),
- oprocentowanie kredytów bankowych (*115)
- serwis giełdowy (*125)

Serwis internetowy: 501 70 70 70
Internet w sieciach NMT i Idea

Serwis informacyjny o SMS
501 277 277
- krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110)
- wysyłanie SMS-ów (*120)
- odbieranie SMS-ów (*130)
- dlaczego warto czytać SMS-y (*140)
- serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150)
- pakiet serwisów PAP (*151)
- serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152)
- serwis „Lotto-SMS" (*153),
- wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160)
- usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170)
- opłaty (*180)

Horoskop Agnieszki
501 200 175, 90 200 175
Baran (*11)
Byk (*12),
Bliźnięta (*13)
Rak (*14)
Lew (*15)
Panna (*16)
Waga (*17),
Skorpion (*18)
Strzelec (*19)
Koziorożec (*110)
Wodnik (*111)
Ryby (*112)

Dostęp do Internetu
***888** lub **501 80 80 80**
w roamingu +48 501 80 80 80

CENTRUM IDEA



Warszawa, Pl. Konstytucji 6
tel. 656 15 54,
faks 628 84 54
e-mail: idea.centrum@centertel.pl

Salony sprzedaży



WARSZAWA
ul. **Pańska 57/61**, tel. 656 15 54, 0-501 101 101, 0-501 001 052, 0-90 200 768, faks 656 15 06;
ul. **Okrzei 34**, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, 0-501 111 501, 0-501 000 502, 0-90 209 302, 0-90 272 999, faks 670 23 60

BYDGOSZCZ
ul. **Gdańska 67**, tel. 321 12 12, 321 24 33, 0-90 600 600, faks 321 29 67.

GDAŃSK
ul. **Tkacka 9/10**, tel. 301 00 21, 301 14 14, 301 63 14, faks 301 64 12, 301 51 13.

GDYNIA
ul. **Świętojańska 87**, tel. 620 22 22, 0-90 50 60 70, faks 620 21 21.

LUBLIN
ul. **Chopina 11**, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-90 200 600, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.

ŁÓDŹ
ul. **Piotrkowska 232**, tel. 0-90 209 020, 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – handlowcy, 60 lub 61 – serwis, 64 – faks.

KATOWICE
ul. **Graniczna 29**, tel. 256 40 18, 256 40 34, 0-90 345 678, faks 256 15 49.

KRAKÓW
ul. **Piłsudskiego 22**, tel. 421 65 76, 0-90 330 000, faks 421 64 88;
ul. **Starowiślna 62**, tel. 422 29 59, 0-90 33 66 33, faks 422 26 83.

OLSZTYN
ul. **Dąbrowszczaków 8/9**, tel. 535 05 04, 0-90 500 500, faks 534 97 53.

POZNAŃ
ul. **Wierzbięcice 9**, tel. 835 88 88 i tonowo: 1 – faks, 0-90 654 321, faks 833 79 80.

RZESZÓW
ul. **Kopernika 12**, tel. 8 500 600, 0-501 333 222, 0-90 333 222, faks 8 500 620.

SOSNOWIEC
ul. **3-go Maja 30**, tel. 292 50 44, 0-90 321 321, faks 292 50 33.

SZCZECIN
ul. **Kaszubska 52**, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, tel. 0-90 66 55 44
ul. **Bolesława Krzywoustego 65**, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 103 – sprzedawcy, 110 – faks, tel. 0-90 600 222.

TORUŃ
ul. **Rynek Staromiejski 24**, tel. 621 10 90, 621 10 91, faks 621 10 92.
Al. **Niepodległości 24/30**, tel. 853 34 10, 853 34 15, 0-501 000 501, 0-501 000 505, 0-90 209 102, 0-90 200 034, faks 853 34 20.

WROCŁAW
ul. **Odrzańska 25**, tel. 344 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – faks, 0-90 332 211;
ul. **Piłsudskiego 104**, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks, 0-90 33 22 33.



Profit w „Profil-u”

Oddajemy do Państwa rąk pierwszy numer nowego „Profil-u”, który z magazynu przeznaczonego dla wszystkich Abonentów przekształcił się w pismo kierowane specjalnie do Uczestników programu IDEA Profit. Oznacza to, że „Profil” docierać będzie nie tylko do „abonamentowych” Użytkowników sieci Idea, ale także do Użytkowników usługi POP.

W „Profil-u” będziemy informować o wszystkich promocjach, podsumowaniach promocji, nowych Partnerach i ich ofertach oraz o wszystkim, co dzieje się w Programie. Pragniemy, aby „Profil” stał się kompleksowym źródłem informacji o programie Idea Profit dla wszystkich jego Uczestników. Mamy nadzieję, że każdy znajdzie w nim coś ciekawego, interesującego właśnie dla niego. Dział poświęcony programowi Idea Profit zostanie rozszerzony. W „Profil-u” znajdą też Państwo strony poświęcone nowym usługom, wydarzeniom telekomunikacyjnym, ciekawostkom z dziedziny Internetu i multimediów, a także informacjom kulturalnym.

Dołożymy wszelkich starań, aby program IDEA Profit był najciekawszym programem tego typu na rynku. Serdecznie zapraszamy do korzystania z wielu ofert i promocji, które będziemy dla Państwa przygotowywać wraz z Partnerami programu.

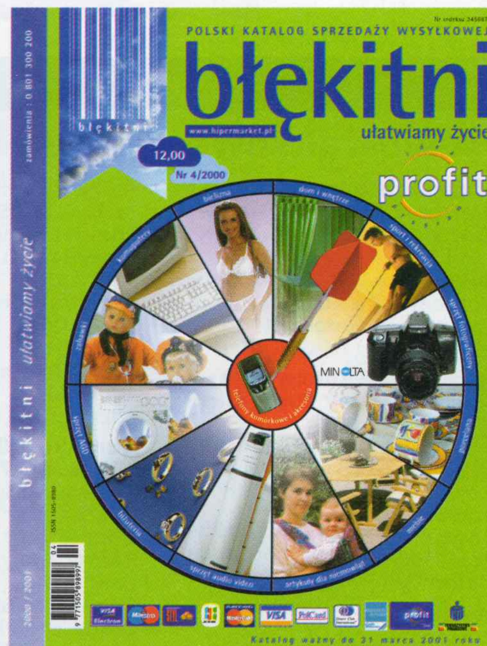
Przypominamy o **specjalnej ofercie** naszego Partnera – Polskiego Centrum Sprzedaży Bezpośredniej „Błękitni”. Każdy Uczestnik programu IDEA Profit, który do 31.03.2001 r. kupi towary wybrane z katalogu „Błękitni” za minimum 400 zł brutto, otrzyma:

1. **40 zł brutto rabatu** – w przypadku Posiadaczy Karty Idea Profit Gold,
2. **30 zł brutto rabatu** – w przypadku Posiadaczy Karty Idea Profit Silver i Yellow.

Dodatkowo, przy każdym zakupie z katalogu „Błękitni” (bez względu na jego wartość) Uczestnicy programu IDEA Profit otrzymają **3%** rabatu.

Aby skorzystać z oferty, należy złożyć zamówienie:

1. pod bezpośrednim numerem katalogu „Błękitni”: + 48 501 300 200 lub 0-801 300 200,
2. pod numerami programu: *300 (połączenie z tel. w sieci Idea) lub +48 501 400 300 (z dowolnego telefonu), wybierając „4” w menu serwisu głosowego,
3. listownie, wysyłając formularz zamówień dołączony do katalogu, pod adres:
   Polskie Centrum Sprzedaży Bezpośredniej S.A. – BŁĘKITNI,
   ul. Traktorzystów 10, 02-495 Warszawa,
4. faksem, pod numerem: (22) 667 20 21 lub 667 20 22.



www.idea.pl bezpłatna infolinia 0800 123456

Będziesz **zaskoczony** roamingiem **Idei**

Przed wyjazdem za granicę nie zapomnij dokonać aktywacji roamingu w sieci Idea. Dzięki 155 umowom roamingowym zawartym z operatorami z 79 krajów całego świata będziesz mógł nadal swobodnie korzystać ze swojego telefonu.

Sprawdź, które kraje objęte są roamingiem Idei: Andora, Australia, Austria, Azerbejdżan, Bahrain, Belgia, Białoruś, Bośnia&Hercegowina, Bułgaria, Chiny, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Egipt, Estonia, Filipiny, Finlandia, Francja, Gibraltar, Grecja, Hiszpania, Holandia, Hongkong, Indie, Indonezja, Irlandia, Islandia, Izrael, Jordania, Jugosławia, Kambodża, Kanada, Katar, Kuwejt, Liban, Litwa, Liechtenstein, Luksemburg, Łotwa, Macedonia, Makau, Malezja, Malta, Maroko, Mauritius, Mołdawia, Monako, Namibia, Niemcy, Norwegia, Palestyna, Portugalia, Rosja, RPA, Rumunia, Senegal, Seszele, Singapur, Słowacja, Sri Lanka, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Tajlandia, Tajwan, Tanzania, Tunezja, Turcja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Wybrzeże Kości Słoniowej, wyspa Guernsey, Wyspy Owcze, Zimbabwe, Zjednoczone Emiraty Arabskie.



ciągle nowe pomysły





WBK
WIELKOPOLSKI BANK KREDYTOWY SA

Wielkopolski Bank Kredytowy SA

– Partner PTK Centertel w programie Idea Profit

Wielkopolski Bank Kredytowy SA jest bankiem uniwersalnym, zajmującym się obsługą zarówno klientów detalicznych, jak i podmiotów gospodarczych. Placówki Banku znajdują się na terenie całej Polski, choć większość skupiona jest na zachodzie, południu oraz północy kraju.

WBK SA jest spółką publiczną, notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Największy pakiet akcji, 60,14%, należy do Allied Irish Bank, największego banku Irlandii. Pakietem 5,1% akcji dysponuje Skarb Państwa, natomiast pozostałe akcje są rozproszone.

W październiku 2000 r. podpisano wstępne porozumienie o połączeniu Wielkopolskiego Banku Kredytowego SA z Bankiem Zachodnim SA. Wynikiem fuzji będzie powstanie w maju 2001 r. piątego co do wielkości banku w Polsce, Banku Zachodniego WBK. Obecnie WBK SA dysponuje siecią 195 placówek na terenie całego kraju. Kolejne zostaną otwarte w najbliższych miesiącach.

W czerwcu 2000 r. Bank uruchomił usługi z zakresu bankowości elektronicznej, dzięki którym klienci WBK SA mogą – za pośrednictwem telefonu lub Internetu – dokonywać przelewów, płacić rachunki, zakładać lokaty itd. W dziedzinie bankowości elektronicznej WBK SA jest absolutnym liderem na polskim rynku: z pakietu WBK24 korzysta ponad 60 tys. klientów, a ilość sprzedanych produktów przekroczyła już 80 tys.

Jako pierwszy bank w Polsce, WBK SA oferuje usługi przez telefon komórkowy, jest także jedynym działającym w Polsce bankiem, który oddał do dyspozycji klientów kioski internetowe, pozwalające korzystać z usług elektronicznych WBK 24 (m.in. zakładanie lokat, płacenie rachunków, sprawdzanie stanu kont) nawet tym klientom, którzy nie mają dostępu do Internetu z własnego komputera.

WBK SA jest czwartym w kraju emitentem kart płatniczych. W ofercie Banku znajdują się następujące karty: karta WBK SA VISA Classic, karta WBK SA VISA Electron, karta WBK SA VISA Electron Young, karta WBK SA Maestro, karta Euro<26 WBK SA Maestro. Trzy rodzaje kart skierowane są do podmiotów gospodarczych: karta WBK SA VISA Business z limitem kredytowym, WBK SA VISA Business debetowa oraz karta WBK SA VISA Business Gold.

Karty te pozwalają klientom płacić za towary i usługi, umożliwiają też wypłatę gotówki z bankomatów sieci BZ WBK 24 (obecnie 480 bankomatów), sieci Euronet oraz z bankomatów większości innych działających w Polsce i zagranicą banków.

Warto dodać, że Wielkopolski Bank Kredytowy jako jeden z trzech banków w Polsce posiada w swojej ofercie również **karty kredytowe – WBK SA VISA Classic** oraz **WBK SA VISA Gold**. Aby z nich korzystać, nie trzeba deponować w WBK pieniędzy ani zakładać konta.

Wielkopolski Bank Kredytowy SA podjął w roku 2000 współpracę z PTK Centertel zarówno w zakresie usług bankowości elektronicznej, jak i kart płatniczych. Wynikiem tej współpracy jest m.in. powstanie **karty kredytowej VISA WBK IDEA Profit**, która łączy w sobie cechy karty kredytowej WBK SA VISA Classic oraz karty programu Idea Profit.

Oprócz wszystkich przywilejów programu, Posiadacz karty uzyskuje dostęp do przyznawanego przez bank limitu kredytowego, który nie jest oprocentowany do 46 dni (pod warunkiem spłaty całości zadłużenia w wymaganym terminie). Kartą WBK IDEA Profit można płacić za towary i usługi, a także wypłacać gotówkę z bankomatów oznaczonych logo VISA.

dajemy Ci więcej

KARTA WBK IDEA PROFIT TO DODATKOWE PROFITY:

- za każdą transakcję bezgotówkową, dokonaną przy pomocy karty WBK IDEA Profit, Uczestnik programu otrzymuje punkty. Każde wydane 10 zł to 1 punkt w programie IDEA Profit,
- opłacając kartą kredytową WBK IDEA PROFIT fakturę za usługi telekomunikacyjne w sieci Idea, można zyskać podwójnie: punkty naliczane są za korzystanie z telefonu i za płatności kartą kredytową,
- natychmiastowy, bezpłatny dostęp do roamingu,
- bezpłatne 2 serwisy informacyjne SMS do wyboru (Informacje, Imieniny, Pogoda, Informacje dla kierowców, Program TV i Ciekawostki, Giełda)
- bezpłatną pocztę głosową Gold (aktywacja usług pod numerem *300/ +48 501 400 300, poprzez połączenie z konsultantem Biura Obsługi Programu)
- pakiet ubezpieczeń, zawierający ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków oraz ubezpieczenie zakupionych kartą towarów (Purchase Protection),
- zniżki i oferty specjalne na zakup towarów i usług u 130 Partnerów Programu Idea Profit

KARTĘ WBK IDEA PROFIT MOŻE OTRZYMAĆ KAŻDY, KTO:

- posiada aktywny numer w sieci Idea co najmniej od 3 miesięcy
- opłacił wszystkie faktury za usługi telekomunikacyjne a minimum 3 ostatnie w terminie (nie dotyczy Użytkowników POP)
- w przypadku Użytkowników POP: zwiększył limit czasu połączeń o łączną kwotę min. 100 PLN
- udokumentuje dochody w wysokości minimum 1500 zł netto
- poprawnie wypełni FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY DO PROGRAMU IDEA PROFIT i WNIOSEK O WYDANIE KARTY KREDYTOWEJ WBK IDEA PROFIT
- formularz wraz z wymaganymi dokumentami złoży w jednym z oddziałów banku WBK SA na terenie całego kraju lub prześle pod adres Centrum Kart WBK SA, skr. poczt. 76, 60-988 Poznań

SKŁADAJĄC WNIOSEK DO 28 LUTEGO 2001 r. KARTĘ WBK IDEA PROFIT OTRZYMASZ BEZPŁATNIE!

UWAGA

W celu sprawnego rozpatrzenia wniosku i przyznania najkorzystniejszego limitu kredytowego należy dołączyć:

1. zaświadczenie z zakładu pracy o wysokości zarobków za okres ostatnich 3 miesięcy oraz informacje o zatrudnieniu na czas określony lub nieokreślony bądź zaświadczenie o wysokości dochodu uzyskanego z prowadzonej działalności w roku ubiegłym lub kserokopia renty/emerytury oraz ostatni odcinek renty/emerytury,
2. kserokopię dowodu osobistego, zawierającą serię i numer dowodu osobistego, zdjęcie i dane osobowe oraz adres zameldowania,
3. poświadczony podpisami osób działających w imieniu Banku wydruk historii rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowego prowadzonego w innym Banku za okres ostatnich 6 miesięcy.

W przypadku Uczestników programu IDEA Profit, do Banku należy złożyć jedynie wniosek o wydanie karty wraz z wymaganymi dokumentami.



Szczegółowe informacje na temat karty kredytowej WBK IDEA Profit są dostępne we wszystkich salonach firmowych PTK Centertel oraz w oddziałach banku WBK SA na terenie całego kraju.

WBK SA przygotował także **specjalną ofertę dla Uczestników programu, nie posiadających konta osobistego w WBK SA – zwolnienie z opłaty** za prowadzenie konta przez pierwsze 3 miesiące od założenia konta (dotyczy kont **WBK, WBK24** oraz **WBK Prestiż**) oraz dla Uczestników programu **posiadających konto w WBK zwolnienie z opłaty** za jedną usługę z pakietu **WBK24** (tj. WBK24 Internet/WAP, WBK24 Telefon lub WBK24 SMS) przez okres 3 miesięcy.
Oferta jest ważna do **30.06.2001** r. we wszystkich oddziałach Banku na terenie całego kraju.

Szczegółowe informacje w Internecie: **www.idea.pl** oraz **www.wbk.pl.**



Partnerzy programu Idea Profit

FIRMOWE SALONY SPRZEDAŻY PTK CENTERTEL:
Zniżki na akcesoria GSM i NMT:
15% Karta Idea Profit YELLOW
20% Karta Idea Profit SILVER
25% Karta Idea Profit GOLD

WYBRANE PUNKTY AUTORYZOWANYCH PRZEDSTAWICIELI PTK CENTERTEL:
ADAD TELECOM, CENTEL, DATEL, ELEKTRONICAR, EMAX TELEKOMUNIKACJA, EXPO-SERVICE, HAVO, KOMNET, LAS & OGRÓD, PATRONIC, SALEX
We wszystkich punktach 15 % zniżki na akcesoria GSM i NMT oraz dodatkowe oferty w poszczególnych punktach handlowych.

POLSKIE CENTRUM SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ S.A. BŁĘKITNI
3-20% zniżki przy zakupach z Katalogu „Błękitni" (wymiana punktów Idea Profit)

BANKI I UBEZPIECZENIA:
WIELKOPOLSKI BANK KREDYTOWY SA
dla Uczestników programu nie posiadających konta osobistego w WBK SA – zwolnienie z opłaty za prowadzenie konta przez pierwsze 3 miesiące od założenia konta (dotyczy kont WBK, WBK24 oraz WBK Prestiż)
dla Uczestników programu posiadających konto WBK – zwolnienie z opłaty za jedną usługę z pakietu WBK24 (WBK24 Internet/WAP, WBK24 Telefon lub WBK24 SMS) przez okres 3 miesięcy.
AIG POLAND INSURANCE COMPANY S. A.
7% zniżki dla wszystkich Uczestników Programu oraz ich rodzin

TAXI:
SAWA TAXI — Warszawa
do 15% zniżki
MAXI TAXI — Warszawa
do 20% zniżki na przewozy bagażowe
TELE TAXI — Białystok, Bielsko Biała, Bydgoszcz, Kalisz, Kielce, Koszalin, Kraków, Lublin, Łódź, Piotrków Trybunalski, Poznań, Szczecin, Tarnów, Trójmiasto, Warszawa.
do 30% zniżki

TURYSTYKA:
AMERICAN EXPRESS
5% zniżki na zakup katalogowych imprez turystycznych organizowanych przez: NECKERMANN REISEN, TUI REISEN, CLUB MED
Preferencyjne stawki w hotelach współpracujących z AMERICAN EXPRESS na całym świecie
SCAN HOLIDAY
5% zniżki na wszystkie wycieczki dla maksymalnie 5 osób uczestniczących
FUNDUSZ WCZASÓW PRACOWNICZYCH
do 9% zniżki
SAILOR
do 15% zniżki przy wypożyczeniu jachtu

HOTELE:
JAN III SOBIESKI — Warszawa
do 25% zniżki
HOLIDAY INN — Gdańsk, Wrocław
do 15% zniżki

PIZZERIE, PUBY, RESTAURACJE:

U HOPFERA – PIEROGI ŚWIATA 10% zniżki	Warszawa	Pub PIWNA 2 10% zniżki	Warszawa	Restauracja EUROPEJSKA 10% zniżki	Kraków
HAWEŁKA WIEJSKA 10% zniżki	Warszawa	Pizzeria ZŁOTA 10% zniżki	Warszawa	Restauracja U SZKOTA 10% zniżki	Kraków
ZANZIBAR 10% zniżki od cen wszystkich usług	Warszawa	Pizzeria POD WIEŻĄ 5% zniżki	Warszawa	Rest. W WILLI DECJUSZA 10% zniżki	Kraków
RABARBAR 10% zniżki od cen wszystkich usług	Warszawa	MODULOR Cafe Bar 10% zniżki	Warszawa	Irish Pub POD PAPUGAMI 10% zniżki	Kraków
BARBADOS 10% zniżki od cen wszystkich usług	Warszawa	Restauracja FISHERMAN 10% zniżki	Warszawa	Restauracja ZŁOTA KACZKA do 15% zniżki	Łódź
TAJ MAHAL 10% zniżki od cen wszystkich usług	Warszawa	Restauracja BAZYLISZEK 10% zniżki	Warszawa	Restauracja KOLOROWA 10% zniżki	Olsztyn
WARSZAWA JEROZOLIMA do 15% zniżki	Warszawa	Restauracja PARIS, TEXAS 5% zniżki	Warszawa	Restauracja U PIOTRA do 10% zniżki	Olsztyn
MAZUREK do 15%	Warszawa	Pizzeria NAPOLI 10% zniżki	Gdańsk	STEK CHAŁUPA 10% zniżki	Zakopane
DONG NAM do 10% zniżki	Warszawa	Restauracja EURO 10% zniżki	Gdańsk	GAZDOWO KUŹNIA 10% zniżki	Zakopane
GOŚCINIEC OPOLSKI 10% zniżki	Warszawa	Restauracja GDAŃSKA 10% zniżki	Gdańsk	TELEPIZZA przy zakupie o wartości min. 32 zł specjalny kubek gratis	
Alamo Steak House do 20%	Warszawa	Pub U HUBERTUSA 10% zniżki	Gdańsk	SUBWAY do dowolnej kanapki średni napój gratis	
PRZY ZAMKU 10% zniżki	Warszawa	Restauracja ASEAN 10% zniżki	Kielce		
Pub STAROMIEJSKI 10% zniżki	Warszawa	Pub TUNEL 20% zniżki	Kielce		

dajemy Ci więcej

PRZEWOZY:
KLM – Królewskie Linie Lotnicze
5% zniżki
Autokarowe Usługi Turystyczne VISITOR
5% zniżki na przejazdy do Anglii
STENA LINE
140 zł – rejs „Stena Party"* (cena katalogowa 190 zł)
225 zł – rejs „Szwecja w jeden dzień"* (cena katalogowa 331 zł)
899 zł – wycieczka „Scandinavia Tour"*
* analogiczna oferta także dla osoby towarzyszącej
15% zniżki na przewóz pieszych i pojazdów na trasie Gdynia-Karlskrona-Gdynia

ROZRYWKA:
CANAL + oraz CYFRA +
Przy podpisywaniu umowy o abonament na 2 lata 13. i 24. miesiąc abonamentu gratis lub przy podpisywaniu umowy na 1 rok ostatni miesiąc abonamentu gratis
PRÓSZYŃSKI I S-KA
do 10% zniżki na prenumeratę:
Ładny Dom, MotoMagazyn, Ogrody, Dziecko, Poradnik domowy, Wiedza i Życie, Cztery Kąty
Kino OCHOTA — Warszawa
do 20% zniżki
Galeria Sztuki MGM — Warszawa
5% zniżki
ATOMIC Centrum Rozrywki
Oferty specjalne przy zakupie Pakietu Rodzinnego

SKLEPY:
WORLD SPORT
5% zniżki
CENTRUM WINA
do 15% zniżki na zakup wina
ZIBI
5% zniżki
DENI CLER
5% zniżki
TOM TAILOR
do 20% zniżki
OLSEN COLLECTION
do 20% zniżki
LEDER – Beata Gryglas
5% zniżki na wszystkie nie przecenione towary
LA BOUTIQUE SUISSE
5% zniżki
MAX MARA
5% zniżki
MODA 2001
5% zniżki
LILLA MODA
5% zniżki
ROXANA (perfumeria) — Warszawa
5% zniżki
PALMERS (odzież) — Warszawa
do 10% zniżki
E-MARKET
do 15% zniżki na komputery, monitory, notebooki i multimedia
PARYŻANKA
10% zniżki
NATA
do 10% zniżki
RTV AGD BRABORK
do 6% zniżki
DA VINCI
5% rabatu na zakupy z katalogu wysyłkowego (koszule męskie i akcesoria) oraz ofertę specjalną „koszula na miarę"

SALONY PIĘKNOŚCI:
DENIQUE — Warszawa
do 10% zniżki
SO PRETTY — Warszawa
do 10% zniżki
KAMA — Warszawa
do 10% zniżki
MILORD — Warszawa
do 10% zniżki
GABINET ODNOWY BIOLOGICZNEJ — Warszawa
do 10% zniżki
Salon Urody GABRIEL — Olsztyn
do 12% zniżki
Gabinet Kosmetyczny
HALINA TRUSZCZYŃSKA — Olsztyn
do 20% zniżki
Gabinet Kosmetyczny NATURA — Olsztyn
do 15% zniżki

USŁUGI:
HERTZ
Od 25% zniżki na usługę wynajmu samochodu na całym świecie
AMERICAN ENGLISH SCHOOL
5% zniżki na kursy jęz. angielskiego i obozy językowe
INTERFLORA
do 7% zniżki
VISION EXPRESS
10% zniżki na wszystkie produkty i usługi
AGFA STARPRINT
do 10% zniżki
Biuro Handlowe NORT BIS
do 20% zniżki na wynajem telefonów w standardzie GSM1900
MS-MASTERS Szkoła Języków i Biuro Tłumaczeń — Olsztyn
do 10%
TRIADA Szkoła Języków
5% zniżki

ZDROWIE:
ESTEDERM — Warszawa
do 15% zniżki
HANSA-MED INTERNATIONAL — Warszawa
do 10% zniżki
Studio Fitness TWÓJ SUKCES — Warszawa
do 15% zniżki
PRIMADENT — Warszawa
do 17% zniżki
VITA-DENT — Warszawa
do 10% zniżki
SOLAR STUDIO — Warszawa
do 10% zniżki
PERFECT MED — Warszawa
do 15% zniżki
AEROFIT — Olsztyn
10% zniżki

Kalendarium wydarzeń w PTK Centertel w 2000 r.

1 stycznia – obie sieci PTK Centertel wykazały odporność na „problem roku 2000”

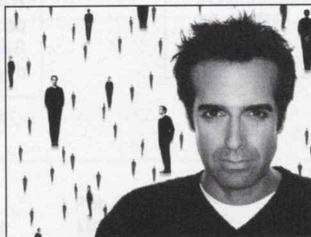
22 stycznia – PTK Centertel nagrodzona tytułem „Telekomunikacyjna Firma Roku 1999” za sukcesy rynkowe i rozwój oferty

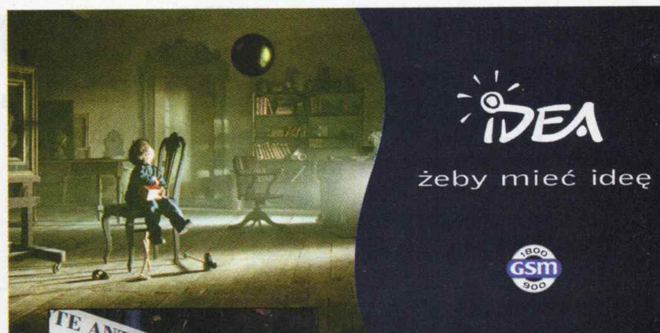




18 lutego – wprowadzenie interaktywnych serwisów informacyjnych SMS

1 marca – uruchomienie dwuzakresowej sieci Idea (GSM 900/1800), dostępnej dla 78% Polaków; nowe oferty: Idea OPTIMA, MERITUM z tej okazji odbyła się m.in. specjalna konferencja prasowa i występ światowej sławy iluzjonisty Davida Copperfielda







14 marca – nagrodzenie PTK Centertel „Złotą Anteną” za ciekawą promocję sieci Idea („Geniusze”) przez redakcję miesięcznika „Świat Telekomunikacji”

5 kwietnia – uruchomienie programu Idea Profit

19 kwietnia – wdrożenie serwisu W@P Idea

20 kwietnia – przyjęcie PTK Centertel do UMTS Forum

8 maja – uruchomienie usługi Idea.Net (wspólnie z TP.Internet)

16-17 maja – PTK Centertel sponsorem obchodów Światowego Dnia Telekomunikacji (prezentacja nowych usług)

26 maja – PTK Centertel sponsorem XXXVII Międzynarodowego Festiwalu Filmów Dokumentalnych i Krótkometrażowych w Krakowie

6-8 czerwca – PTK Centertel sponsorem Krajowej Konferencji Radiokomunikacji i Radiodyfuzji w Poznaniu (prezentacja usług internetowych)

11 czerwca – Idea sponsorem koncertu ok. 2 tys. trębaczy na Rynku Głównym w Krakowie

14-16 czerwca – Idea sponsorem konferencji „Miasta w Internecie” w Zakopanem (prezentacja usług internetowych)





12 **października** – rozpoczęcie współpracy sponsoringowej z drużyną koszykarzy Zepter-Idea Śląsk Wrocław

19 czerwca – z sieci Idea korzysta 1.000.000 użytkowników – „milionowy" Abonent otrzymał specjalne wyróżnienie.



1-5 lipca – Idea sponsorem V Wakacyjnego Festiwalu Gwiazd w Międzyzdrojach (Festiwal Ludzi z Ideą)

6-9 lipca – Idea sponsorem Mistrzostw Europy w Kajakarstwie w Poznaniu

7 lipca – 150 roamingów Idei w 78 państwach

10 lipca – pierwszy w Polsce przelew przez telefon komórkowy dzięki współpracy Idei z Wielkopolskim Bankiem Kredytowym S.A.

16-23 lipca – Idea sponsorem turnieju tenisowego kobiet Idea Prokom Open w Sopocie

4 sierpnia – uruchomienie usługi W@P Sklep

11 sierpnia – uruchomienie sieci GPRS w Warszawie

15 sierpnia – sponsorowanie Trójmiejskiego Maratonu
Solidarności

16-22 sierpnia – sponsorowanie Idea Gdynia Sailing Olympic Days

7 września – wręczenie nagrody „Złoty Laur" Infotela

3 listopada – podpisanie listu intencyjnego w sprawie współpracy roamingowej z siecią satelitarną Globalstar pomiędzy TP S.A.-TE.SA.M-PTK Centertel

4 listopada – uzyskanie nagrody „Lider Zarządzania Zasobami Ludzkimi"

24 listopada – uruchomienie usługi W@P Makler (zlecenia maklerskie poprzez WAP)

1 grudnia – wprowadzenie karty kredytowej WBK VISA IDEA Profit

2 grudnia – złożenie dokumentacji w przetargu UMTS

13 grudnia – 170 roamingów Idei w 83 krajach

18 grudnia – wręczenie nagrody „Telecom Forum" – TELEKOMUNIKACYJNA FIRMA ROKU

20 grudnia – PTK Centertel otrzymuje koncesję nr 1 na świadczenie usług komórkowych trzeciej generacji i budowę sieci telefonii przenośnej w standardzie UMTS. Nowa sieć zostanie uruchomiona w 2003 r.

31 grudnia – z sieci Idea korzysta 1.600.000 Abonentów (500.000 – usługa POP), a z sieci Centertel NMT – ok. 130.000

Idea jako pierwsza sieć komórkowa w Polsce oferuje swoim Abonentom dostęp do satelitarnej sieci Globalstar.

GLOBALSTAR – roaming satelitarny w sieci Idea

Robert Zadrożny

CO TO JEST GLOBALSTAR

GLOBALSTAR to międzynarodowe konsorcjum telekomunikacyjne, założone w 1991 r. w celu stworzenia globalnego systemu telefonii bezprzewodowej w oparciu o transmisję satelitarną. Spółka TE.SA.M., w skład której weszły France Telecom (51%) i Alcatel (49%), powstała 24 marca 1994 r. W tym samym roku rozpoczęto prace nad wdrożeniem standardu telefonii satelitarnej Globalstar. Spółka TE.SA.M posiada wyłączne prawa dystrybucji usług Globalstara na obszarze Europy, Afryki, Azji, Bliskiego Wschodu i Ameryki Południowej. Obecnie ponad 30 państw objętych jest zasięgiem działania systemu. Polska dołącza do tej grupy za pośrednictwem sieci Idea.

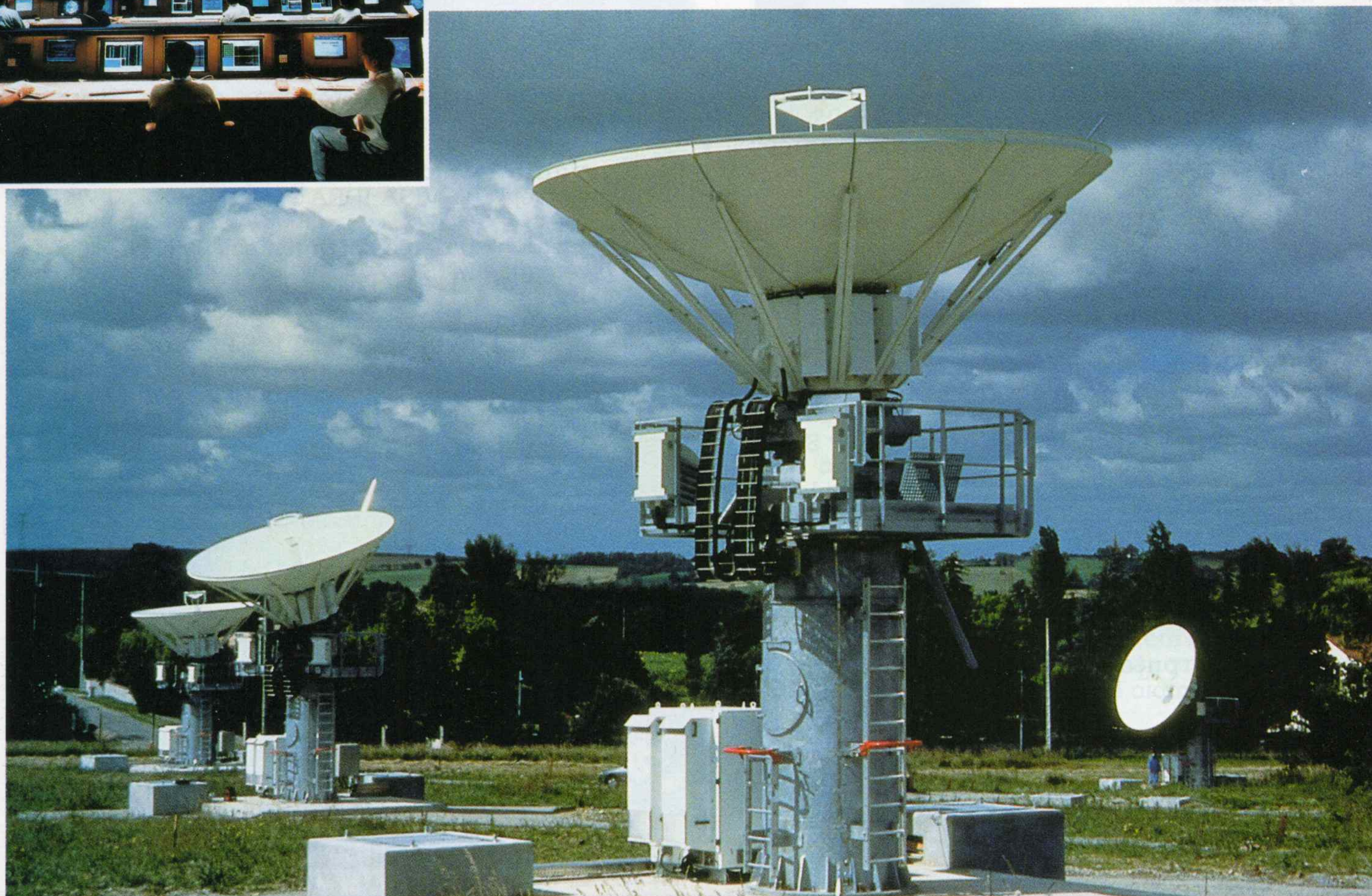
Idea komunikacji bez granic towarzyszyła ludziom od dawna: przezwyciężała bariery technologiczne, polityczne i prawne. Obecnie na świecie poza systemem GSM istnieje ok. 10 różnych standardów telefonii przenośnej (w większości niezgodnych ze sobą). Od związanych z tym ograniczeń uwalnia telefon działający w dwusystemowym trybie GSM/Globalstar. Rozwiązuje on ponadto problem łączności telefonicznej na ogromnych obszarach Ziemi, nie objętych zasięgiem żadnej sieci komórkowej. Jednocześnie system Globalstar nie konkuruje z operatorami GSM, ale uzupełnia świadczone przez nich usługi.



Globalstar to – w sensie dosłownym – komunikacja „bez granic". Zapewnia użytkownikom bezpieczeństwo pozostawania w kontakcie oraz największy zasięg na świecie. Właśnie z racji swojego zasięgu, system satelitarny otwiera nowe możliwości działania dla międzynarodowych firm, pozwala zarządzać zespołami, realizującymi inwestycje w najdalszych zakątkach świata.

W znacznym stopniu telefonia satelitarna podnosi bezpieczeństwo i komfort ludzi podróżujących szlakami morskimi i lądowymi. Jako system globalny, jest doskonałym rozwiązaniem np. dla firm transportowych i turystycznych. Zalet tego systemu nie sposób przecenić na terenach Europy Wschodniej i państw WNP, gdzie wiele sieci GSM zasięgu jeszcze nie ma. Telefon działający w Idei z dostępem do sieci Globalstar z pewnością stanie się nieodłącznym narzędziem pracy dla osób i instytucji prowadzących interesy w tym regionie świata.

Tworząc system Globalstar, pomyślano o wygodzie użytkownika. Pod względem obsługi, telefony satelitarne nie różnią się znacząco od



aparatów GSM. System Globalstar oferuje usługi dobrze znane z sieci GSM (np. CLIP, CLIR, SMS, poczta głosowa, przekierowania połączeń).

Telefony satelitarne dostępne w sieci Idea są dwusystemowe, tzn. działają w systemie GSM 900 oraz w systemie satelitarnym Globalstar. Dla Abonentów Idei oznacza to, że bez zmiany aparatu mogą korzystać nie tylko z zasięgu sieci Idea oraz ok. 170 partnerów roamingowych, ale także z globalnego zasięgu satelitarnego. O wyborze systemu zawsze decyduje abonent – tryb działania aparatu może być zmieniany ręcznie lub automatycznie.

Niewątpliwie ogromną zaletą systemu Globalstar jest możliwość korzystania z **własnego numeru telefonu** (przypisanego do karty SIM sieci Idea) bez względu na to, w jakim miejscu na Ziemi znajduje się użytkownik, i jakiego systemu aktualnie używa. Takie rozwiązanie upraszcza także rozliczenia za usługi telekomunikacyjne – wszystkie opłaty uwzględniane są na tym samym rachunku.

Jak działa system Globalstar?

Komunikacja w systemie Globalstar oparta jest na transmisji sygnału telefonicznego pomiędzy telefonem satelitarnym, satelitą umieszczonym na orbicie geostacjonarnej, oraz stacją naziemną, nazywaną w tym systemie „Gateway".

Gateway to obiekt wyposażony w duże anteny nadawczo-odbiorcze. Sygnał odbierany z satelity jest przez stację przetwarzany i przesyłany do innych sieci telekomunikacyjnych – stacjonarnych i komórkowych.

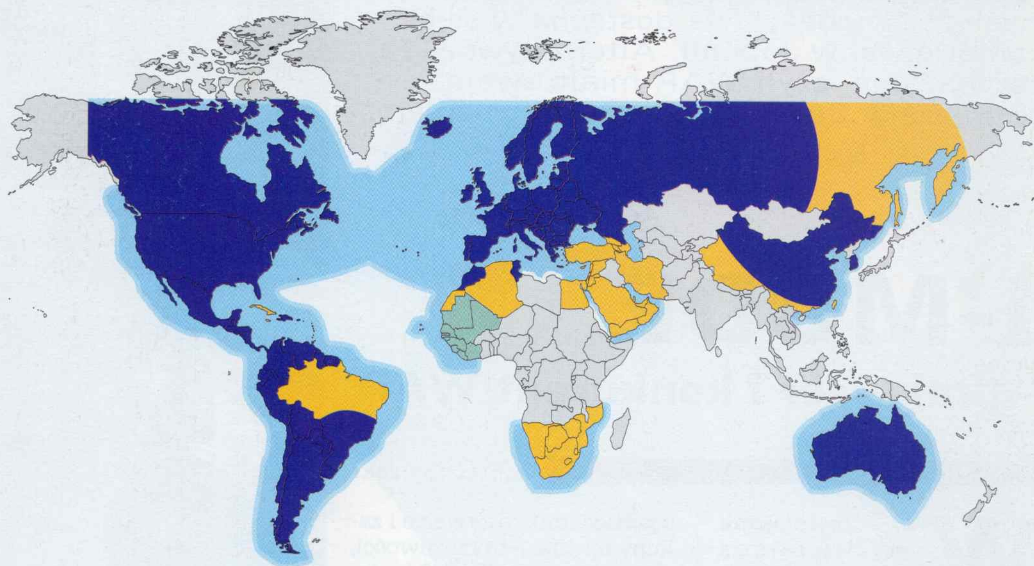
Globalny zasięg systemu Globalstar opiera się na konstelacji 48 satelitów. Ich orbity zostały zaprojektowane tak, aby w obszarze działania systemu w dowolnym punkcie na Ziemi użytkownik był w zasięgu od 2 do 4 satelitów. Konstelacja Globalstar działa jak orbitalne „lustro", które „odbija" sygnał telefonu abonenta do stacji naziemnej.

Globalstar obejmuje swoim zasięgiem ok. 80% powierzchni Ziemi, w tym rejony dotychczas niedostępne, takie jak góry, morza i oceany. Obszar działania systemu (który stale się powiększa) jest uzależniony od ilości stacji naziemnych. Testy Gateway'ów rozpoczęły się już w październiku 1998 r. Wówczas działało ich 15, co zapewniało pokrycie w 58 państwach. Obecnie działają 22 stacje naziemne, które pokrywają obszar 86 państw (Polskę obsługuje Gateway znajdujący się we Francji).

Nad sprawnym działaniem całego systemu Globalstar sprawują pieczę 2 centra nadzoru:

- Centrum Nadzoru Sieci Naziemnej (ang. Ground Operations Control Center – GOCC), które nadzoruje zestawianie połączeń oraz komunikację sieci Gateway'ów z satelitami.
- Centrum Nadzoru Systemu Satelitarnego (ang. Satellite Operations Control Center – SOCC) zarządza „kosmiczną" częścią systemu – konstelacją satelitów Globalstar. W tym miejscu kontrolowany jest ruch i orbity satelitów.

Przewidywany zasięg sieci Globalstar



Sept. 2000 | Dec. 2000 | March 2001 | Coverage at sea up to 200 nautical miles of countries with commercial service. North Atlantic ocean: Dec. 2000

APARATY TELEFONICZNE

Aparaty telefoniczne Globalstar wyglądają i działają podobnie jak telefony komórkowe, z tą różnicą, że przekazują bezpośrednio sygnał satelitarny, kodowany i zabezpieczony protokołem CDMA (Code Division Multiple Access). Dla Abonentów sieci Idea dostępne są 2 modele telefonów dwusystemowych Globalstar/GSM 900. Są to: Ericsson R290 oraz Telit SAT 550.



Ericsson R290

System: Globalstar, GSM 900
Antena: składana
Waga: około 350 g z baterią podstawową
Wymiary: 162 x 62 x 39 mm (bez anteny)
Czas działania:
GSM 900
- czas gotowości – 75 godz.
- czas rozmów – 5 godz.

Globalstar
- czas gotowości – 6 godz.
- czas rozmów – 1,5 godz.



Telit SAT 550

Parametry techniczne aparatu
System: Globalstar, GSM 900
Antena: składana
Waga: około 425 g z baterią podstawową
Wymiary: 220 x 65 x 45 mm (bez anteny)
Czas działania:
GSM 900
- czas gotowości – 249 godz.
- czas rozmów – 5,5 godz.

Globalstar
- czas gotowości – 8 godz.
- czas rozmów – 2,3 godz.

Pierwsza na świecie usługa bezprzewodowego dostępu do Internetu, zwana „i-mode", była dostępna w sieci komórkowej w Japonii. Alternatywne rozwiązanie, czyli WAP, miało swoją premierę w Europie dopiero rok później.

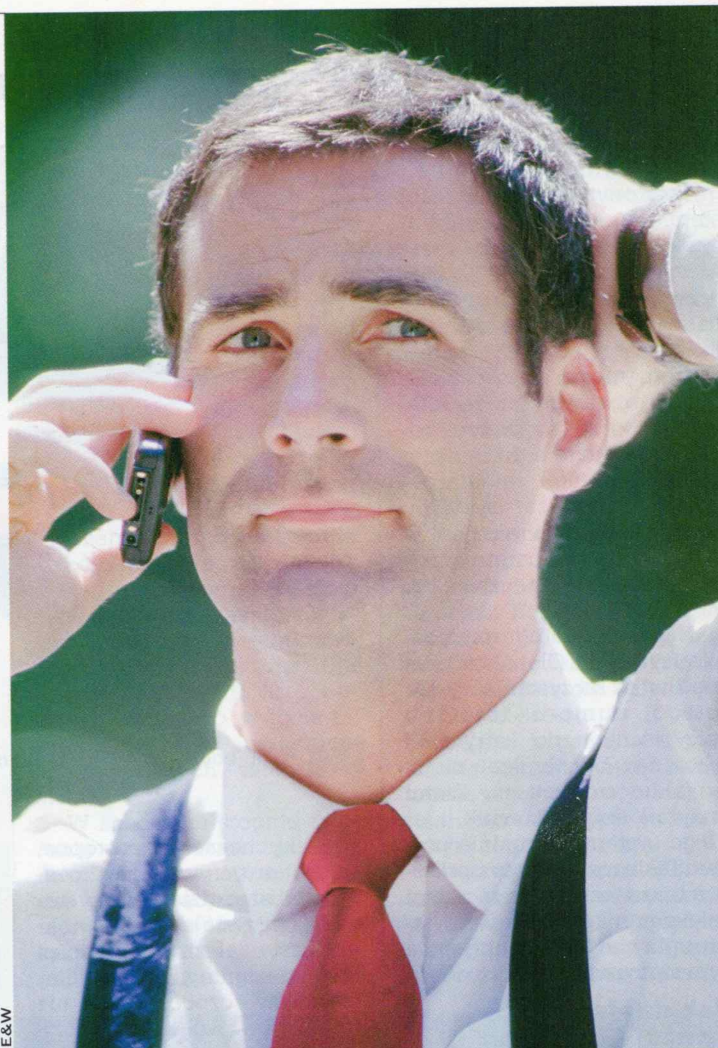
I-MODE

– prekursor i konkurent WAP

DANIEL OPOLSKI

WAP – technologia umożliwiająca oglądanie specjalnie przygotowanych stron internetowych na małych wyświetlaczach telefonów komórkowych – jest już w Europie powszechnym protokołem dostępu do Intenetu za pośrednictwem urządzeń przenośnych, takich jak telefony komórkowe czy komputery podręczne.

Badania przeprowadzone w Wielkiej Brytanii dowiodły, że aż 2/3 respondentów nie bardzo wie, co to jest WAP lub GPRS. Połowa jest zdania, że WAP służy głównie do czytania poczty elektronicznej przez telefony komórkowe. Usługi bankowe i serwisy informacyjne (np. związane z podróżami), rezerwacje i zakupy biletów – to możliwości, o których wie tylko 1/3 badanych. Wielu użytkowników uważa przy tym, że dostęp do serwisów jest za wolny, a przeglądanie stron – trudne (ze względu na niewielkie rozmiary wyświetlaczy telefonów komórkowych). Część chętnych odstraszają dość wysokie ceny połączeń, przewyższające koszty połączenia z Internetem poprzez stacjonarną linię telefoniczną.



BE&W

Użytkownicy WAP są rozczarowani także dlatego, że obecnie mają dostęp głównie do serwisów tekstowych, które są pozbawione typowych dla stron WWW, bogatych elementów oprawy graficznej. Nie jest to zatem taki Internet, jaki znali wcześniej i który spodziewali się „zastać" w swoim telefonie.

Wpisywanie nowych adresów stron WAP-owych (takich, które nie zostały zaprogramowane w menu telefonu, np. w formie zakładki) jest w niektórych modelach aparatów dość skomplikowane, co sprawia, że wielu użytkowników nie radzi sobie z tym samodzielnie, a instrukcje obsługi czytają nieliczni.



BE&W

Przewiduje się, że kolejne postępy w dziedzinie technologii zwiększą funkcjonalność WAP. Chodzi tu głównie o wprowadzenie szybkiej pakietowej transmisji danych GPRS (rozszerzenia systemu GSM, które pozwala naliczać opłaty za ilość przesłanych danych, a nie za czas połączenia, a przy tym nie ma etapu łączenia się z Internetem – podłączenie jest stałe), oraz telefonów komórkowych z większymi wyświetlaczami. Obecne stadium rozwoju technologii WAP należy więc traktować jako wstępne. Nowa jakość WAP zależy w dużej mierze od powszechnego dostępu i popularności GPRS.

W pierwszej połowie roku 2001 ma być już zatwierdzona nowa wersja protokołu

WAP 2.0. Takie funkcje, jak animacje czy pobieranie muzyki, mogą być dostępne nawet wcześniej.

Japońskie rozwiązanie

Pierwszą na świecie usługę bezprzewodowego dostępu do Internetu, zwaną „i-mode" uruchomiono już stosunkowo dawno w Japonii. Alternatywne rozwiązanie, czyli WAP, było dostępne w Europie dopiero rok później.

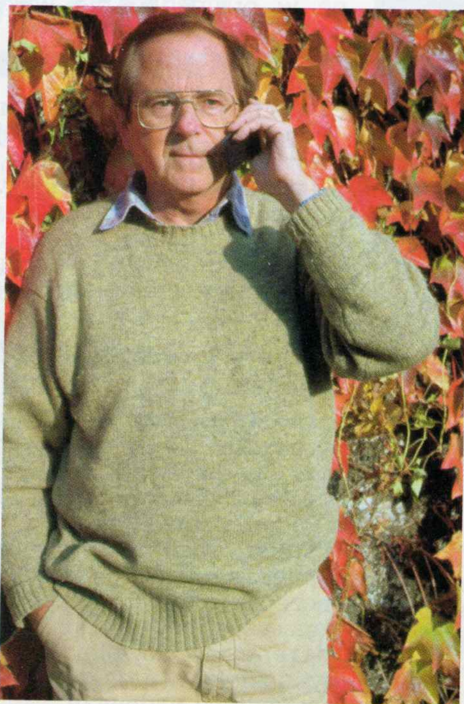
NTT DoCoMo – japoński operator komórkowy, będący jednocześnie największym operatorem telefonii przenośnej na świecie, w ciągu zaledwie 1,5 roku pozyskał ponad 10 milionów użytkowników i-mode. Ostatnio założył też ogólnoeuropejskie joint venture, aby serwisy, oparte na i-mode, wprowadzić do Europy. Usługi te mają być dostępne już w pierwszym kwartale roku 2001. Do transmisji danych używane będą sieci GPRS – technologia ta jest obecnie wdrażana przez wielu operatorów GSM.


BE&W

NTT DoCoMo chce, by to właśnie i-mode (a nie WAP) był standardem w Europie, choć na razie pozycja WAP na Starym Kontynencie wydaje się być niezagrożona. Ogromna popularność mobilnego Internetu w postaci telefonów komórkowych i-mode przyczynia się znacznie do dobrych wyników finansowych firmy DoCoMo i jest obserwowana uważnie przez wielu operatorów sieci komórkowych na świecie. Obiecują oni sobie, że po wprowadzeniu na dobre technologii GPRS, również w Europie i innych regionach świata nastąpi eksplozja popularności mobilnego Internetu (jak to się już stało w Japonii).

I-mode to usługa, na którą składa się kilka niezbędnych elementów: telefon i-mode, specjalna odmiana języka HTML, służącego do tworzenia stron internetowych, oraz protokół bezprzewodowej transmisji danych.

Niektóre parametry aparatów i-mode są zbliżone do prostego komputera. Dzięki temu obsługa i przeglądanie stron internetowych jest dużo łatwiejsze i wygodniejsze, a strony wyświetlane są na dużym, kolorowym ekranie wysokiej rozdzielczości. Niestety, podobnie jak w przypadku WAP, również dla i-mode poszczególni producenci aparatów przygotowali własne wersje przeglądarek. W efekcie strony, które wyglądają prawidłowo na wyświetlaczu jednego modelu, mogą nie działać lub powodować zawieszenie innego aparatu.


BE&W

Maksymalna prędkość transmisji danych w i-mode wynosi 9,6 Kb/s. Połączenie jest zatem kilka razy wolniejsze niż w przypadku standardowego modemu, ale zupełnie wystarcza do przeglądania stron złożonych z tekstu i prostych grafik, poczty elektronicznej, serwisów informacyjnych, itp. Chociaż możliwości prędkości transmisji w WAP są takie same, w i-mode telefony połączone są na stałe z siecią (inaczej niż w WAP, gdzie musi być nawiązywane połączenie typu dial-up). Znacznie podnosi to komfort ich obsługi.

Co lepsze

Specjaliści twierdzą, że japońskie technologie mobilnego Internetu wyprzedzają amerykańskie i europejskie o około 2 lata. W znaczną rozbudowę infrastruktury internetowej o dużych prędkościach transmisji danych zaangażowany jest japoński rząd. Zamierza on też likwidować wszelkie przeszkody w postaci przepisów prawnych, które stoją na drodze rozwoju handlu elektronicznego (e-commerce).

Biorąc pod uwagę, że system telefonii przenośnej następnej generacji, czyli 3G (UMTS) wystartuje w Japonii już w połowie roku 2001, w Europie pod koniec roku 2002, a w USA prawdopodobnie dopiero w roku 2003 – dość łatwo jest wskazać na tym rynku lidera, który może zdecydowanie wdrażać i upowszechniać własne standardy.

DoCoMo zamierza wprowadzić i-mode jako standardowe wyposażenie telefonów komórkowych w swojej sieci 3G, która wystartuje w Japonii jako pierwsza na świecie już w maju 2001 r. Jak już wspomniałem, w Europie najczęściej używanym protokołem dostępu do Internetu z komórek jest WAP. Choć do niedawna zaprzeczano, jakoby istniała możliwość połączenia technologii WAP i i-mode w jeden standard, szefowie grupy koordynującej prace nad WAP zapowiedzieli, że takie próby już wkrótce zostaną podjęte.

Dodatkowo Microsoft planuje wbudowanie specjalnego systemu operacyjnego w kartę SIM do telefonów GSM tak, by posiadanie WAP czy i-mode nie było konieczne dla przeglądania Internetu.

Usługa ,,Pocztówkowa Idea'' umożliwia przesłanie życzeń na kartce pocztowej pod wskazany adres. Wystarczy złożyć zamówienie za pomocą odpowiednio zredagowanej krótkiej wiadomości tekstowej SMS.

,,POCZTÓWKOWA IDEA''
– opis usługi

Usługa „Pocztówkowa Idea" jest dostępna dla wszystkich użytkowników sieci Idea (w tym usługi POP). Kartkę można wybrać z kilku dostępnych kategorii. W kategorii „Kartka okolicznościowa" dodatkowo istnieje możliwość wskazania konkretnego wzoru.

Aby zamówić wysłanie kartki, należy nadać odpowiedni format krótkiej wiadomości tekstowej SMS (szczegóły poniżej), a następnie przesłać ją pod numer **7300**. Koszt takiego SMS-a (a zarazem koszt całej usługi) wynosi każdorazowo 3,00 zł netto. Użytkownik otrzymuje zwrotną wiadomość z potwierdzeniem przyjęcia zamówienia.

Kartka pocztowa składa się z dwóch stron – rysunku i strony adresowej.

Każdy wzór rysunku ma swój unikalny numer. Na stronie adresowej znajduje się treść kartki, podpis nadawcy oraz adres odbiorcy.



Pocztówkowa Idea – w ofercie Idea Optima





Każde miejsce i każdy moment jest idealny,
aby zrobić znajomym oryginalną niespodziankę.
Wystarczy wybrać pocztówkę ze strony www.idea.pl
i wysłać SMS z zamówieniem pod numer 7300*.
Niezwykłe pocztówki i dobre wiadomości sprawią,
że dzień zacznie się zupełnie inaczej.

Oferta przygotowana we współpracy
z drukarnią internetową Studiouh.com

*opłata zgodna z cennikiem
usług telekomunikacyjnych w ofercie Idea Optima.

nie czekaj, wybierz inteligentnie

www.idea.pl bezpłatna infolinia: 0 800 123456

Do wyboru jest kilka kategorii rysunków:

„**Z okazji imienin**" – w zamówieniu tej kategorii odpowiada litera „I",
„**Z okazji urodzin**" (litera „U")
„**Kartka okolicznościowa**" (domyślna, wybierana w przypadku nie wskazania innej), symbole od „D0" do „D9",
„**Pozdrowiam Cię**" – litera „P",
„**Kocham Cię**" – litera „K",
„**Tęsknię za Tobą**" – litera „T"
„**Pozdrowienia z Wakacji**" – litera „W",
Kartka zabawna – litera „Z",
Kartka z OuhManii – wybrany w głosowaniu internautów rysunek z serwisu OuhMania – litera „O".
Wzory rysunków w poszczególnych kategoriach będą okresowo zmieniane.

Przyjęty format zamówienia/SMS jest następujący:

<rodzaj> <adres> <tresc> <nadawca>
<rodzaj> = jeden z symboli, określających kategorię pocztówki: I, U, P, K, T, W, Z, O lub D0-D9
<adres> = imię, nazwisko, adres adresata wraz z kodem pocztowym
<tekst adresu> = nazwa adresata, ulica, dom i mieszkanie, kod pocztowy, miasto. Treść adresu może zawierać dowolne znaki, nawias zamykający oznacza koniec adresu.
<tresc> = dowolny tekst, składający się z dowolnych znaków (poza gwiazdką, która oznacza początek podpisu nadawcy).
<nadawca> *<podpis nadawcy>
<podpis nadawcy> treść podpisu nadawcy.

SMS o treści: **D2 (Jan Nowak ul. Sloneczna 1 m. 2 21-123 Warszawa) Najlepsze Zyczenia*Adam Kowalski**

oznacza, że:

Kartka D2 ma być wysłana pod adres: „Jan Nowak, ul. Słoneczna 1 m. 2, 21-123 Warszawa" i zawierać treść: „Najlepsze Życzenia" oraz podpis nadawcy: „Adam Kowalski".

Aby pocztówka została wysłana, w zamówieniu SMS wystarczy podać **tylko** imię, nazwisko i adres odbiorcy. Pozostałe elementy zamówienia **mogą** wystąpić, ale **nie muszą**. Należy jednak pamiętać, aby poszczególne elementy zapisać we właściwych miejscach, zgodnie ze schematem. Treść zamówienia nie jest w jakikolwiek sposób zmieniana (dotyczy to również małych/wielkich liter).

Należy pamiętać, że w zamówieniu SMS nie wpisuje się polskich znaków, dlatego m.in. ważne jest wpisanie kodu pocztowego przed miejscowością!!!

Jak wpisać zamówienie – przykłady:

Gdy podajemy tylko adres:
„Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin" lub „(Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin)".

Gdy podajemy adres i kategorię pocztówki:
„K (Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin)"

Gdy podajemy adres i treść:
„(Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin)Wesolych Swiat"

Gdy podajemy adres i podpisujemy się:
„(Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin)*Krysia"

Gdy podajemy adres, kategorię pocztówki i podpis:
„K (Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin)*Krysia"

Gdy podajemy adres, treść i podpis:
„(Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin)Wesolych Swiat*Krysia"

Gdy podajemy adres, kategorię pocztówki, treść i podpis:
„D7(Jan Kowalski ul. Pocztowkowa 1 22-333 Lublin)Wesolych Swiat*Krysia"

CO NOWEGO?

Promocja – doładowanie konta POP

W okresie od 10.12.2000 r. do 10.01.2001 r. każdy użytkownik usługi POP, który zwiększy wartość limitu konta przy pomocy POPkarty o wartości 50 zł lub karty płatniczej, otrzyma dodatkowo 15 zł GRATIS (łączna wartość limitu po doładowaniu wyniesie 65 zł).
Promocja dotyczy doładowania poprzez:

- Automatyczne Biuro Obsługi (*111)
- bankomaty
- numer 501 700 700 (usługa „Dzięki Tobie").

Cyfrowa W@P Idea w POP

W usłudze POP połączenia z serwisem W@P Idea działają teraz zarówno w trybie analogowym (opcja „Modem"), jak i cyfrowym („ISDN"). Transmisja ISDN pozwala skrócić czas zestawienia połączenia z serwisem 2-3 krotnie.

Aby ustawić tryb ISDN w sprzedawanych w usłudze POP aparatach Motorola T2288 lub V2288, należy wejść do menu Access Internet/Połącz się z Internetem i przytrzymać przycisk „Menu" przez kilka sekund. Następnie należy wybrać Line Type/Typ linii: ISDN (opcja „Modem" działa, lecz ISDN to ustawienie preferowane).

SMS-y specjalne w sieci Idea

W sieci Idea wprowadzone zostały nowe przedziały numerów SMS, które będą wykorzystywane na potrzeby specjalnych usług dodanych w ofercie POP, Idea Optima i Meritum (takich jak np. „Pocztówkowa Idea"):

Zakres numerów i opłaty za 1 SMS (bez VAT 22%) są następujące:

od 7000 do 7099 – 0,50 zł
od 7100 do 7199 – 1 zł
od 7200 do 7299 – 2 zł
od 7300 do 7399 – 3 zł
od 7400 do 7499 – 4 zł
od 7500 do 7599 – 5 zł
od 7600 do 7699 – 6 zł
od 7700 do 7799 – 7 zł
od 7800 do 7899 – 8 zł
od 7900 do 7999 – 9 zł

Wysyłanie i odbieranie SMS w nowych modelach aparatów GSM

Model aparatu	Odczyt SMS	Edycja/wysyłanie SMS
Ericsson A1018	Wejdź do menu **Poczta** (YES) → odszukaj **Odczyt wiadomości** (YES)	Wejdź do menu **Poczta** (YES) → wybierz **Wysyłanie wiadomości** (YES) → **Nowa** (YES) → wpisz wiadomość (YES) → **Czy żądasz odpowiedzi?** (YES/NO) → pojawi się WYSYŁANIE WIADOMOŚCI **Podaj nr:** → wpisz Numer: (YES)
Ericsson T28s Ericsson R320s	Wejdź do menu **Wiadomości** (YES) → odszukaj **Wiad. odeb.** (YES)	Wejdź do menu **Wiadomości** (YES) → wybierz **Wyślij nową** (YES) → **Tekst:** → wpisz wiadomość (YES) → zaznacz typ wiadomości (YES) → **Żądana odpowiedź?** (YES/NO) → **Wyślij nową Numer:** → wpisz Numer (YES)
Nokia 3210	Naciśnij klawisz Navikey → **Wiadomości** → Skrzynka odbiorcza → **Odczyt**	Wejdź do menu **Wiadomości** → wybierz **Wpisz wiadomości** → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz NaviKey **Opcje** i wybierz **Wyślij** (OK) → **Podaj numer:** (OK)
Nokia 3310 Nokia 6150 Nokia 6210 Nokia 7110 Nokia 8210 Nokia 8850	Naciśnij klawisz dialogowy Odczyt lub w menu **Wiadomości** (1) wybierz **Skrzynka odbiorcza** i wybierz **Odczyt**	Wejdź do menu **Wiadomości** (1) → wybierz **Wpisz wiadomości** (1-3) → po wpisaniu wiadomości naciśnij klawisz dialogowy **Opcje** i wybierz **Wyślij** (OK) → **Podaj numer:** (OK).
Motorola (wszystkie modele)	Naciśnij klawisz **Menu** → wejdź do menu **Komunikaty** (OK) → **Odebrane wiadomości** (OK)	Naciśnij klawisz Menu → wejdź do menu **Komunikaty** (OK) → Edytor komunikatow → wpisz wiadomość (OK.) → **Wyslij komunikat** (OK) → **Podaj numer** (OK)
Panasonic GD50 Panasonic GD90	Wejdź do menu **Wiadomości** → wybierz **Lista otrzym.** → wybierz wiadomość i naciśnij **Czytaj**	Wejdź do menu **Wiadomości** → wybierz **Wpisywanie** → Wpisz → OK → OK
Sagem MC959	Wejdź do menu **Wiadomości tekstowe** (OK) → wybierz za pomocą klawisza z symbolami strzałek wiadomość którą chcesz odczytać (OK)	Wejdź do menu **Wiadomości tekstowe** (OK) → wybierz **zapisz nowy...** (OK) → wybierz **Opcje** → **Zapisz nowe...** → po wprowadzeniu wiadomości wybierz **Wyślij** → **Odbiorca** → wpisz numer, pod który ma być wysłana wiadomość
Siemens C25	Wejdź do menu **Wiad. tekstowe** → naciśnij **Wybór** → odszukaj wiadomość → **Opcje** → **Czytaj wpis**	Wejdź do menu **Wiad. tekstowe** → naciśnij **Wybór** → wybierz opcję **Utwórz nową wiadom** → potwierdź **Wybór** → wpisz wiadomość → naciśnij (OK) → pojawi się **Koniec wprowadzania?** (Tak) → **Wyślij do:** wpisz numer (OK)
Siemens C35 Siemens M35 Siemens S35	Wejdź do menu **Wiadomości** → wybierz **Otrzymane** → wybierz wiadomość którą chcesz odczytać i wciśnij **Widok**	Wejdź do menu **Wiadomości** → wybierz **Sporządź wiad.** → wybierz **Sporządź tekst** → wpisz wiadomość i wybierz OK → wybierz **Wyślij tekst** → **Wyślij do:** wpisz numer
Sony CD-5	Wejdź do menu **WIADOMOŚCI** → wybierz **Odczytaj** (wciskając pokrętło z boku telefonu) → wybierz wiadomość	Wejdź do menu **WIADOMOŚCI** → wybierz **Utwórz** (wciskając pokrętło z boku telefonu) → wybierz **Nowa wiadomość** → po napisaniu wiadomości wciśnij pokrętło → **Wyślij do:** wprowadź numer → wciśnij pokrętło → wybierz **Wyślij**

Nowe roamingi w Idei

BOŚNIA I HERCEGOWINA



Eronet
GSM 900
Kod (nazwa) sieci: 218 03; ERONET
Telefony: 3800, +387 39 66 33 59 (BOK); 988, 989 (informacja)
Rozmowy krajowe: 0,69 (0,46) wewnątrz sieci; 0,80 (0,57) z innymi sieciami
Rozmowy do Polski: 3,41 (2,56)

GRUZJA



Geocell
GSM 900
Kod (nazwa) sieci: 282 01; GEOGC
Telefony: 928, +995 32 25 008 77 (BOK); 09 (informacja)
Rozmowy krajowe: 1,60
Rozmowy do Polski: 10,70

MAROKO



Medi Telecom
GSM 900
Kod (nazwa) sieci: 604 00; MEDI
Telefony: 121, +212 3 121 121 (BOK)
Rozmowy krajowe: 2,37 (1,18)
Rozmowy do Polski: 8,49 (7,26)

PERU



Nextel Int.
iDEN
Kod (nazwa) sieci: 716 07; NEXTEL
Telefony: +51 1 211 7777, +51 1 211 7779 (BOK)
Rozmowy krajowe: 10,52
Rozmowy do Polski: 15,78
Połączenia przychodzące: 10,52

STANY ZJEDNOCZONE



Bell South Mobility
GSM 1900 (PCS)
Kod (nazwa) sieci: 310 15; BELLSOUTH
Telefony: +1 888 327 1900, +1 704 423 5231 (BOK); 411 (informacja)
Rozmowy krajowe: 2,69
Rozmowy do Polski: 12,05 (10,24)
Połączenia przychodzące: 2,69

Za połączenia „long distance" doliczane są dodatkowe opłaty. Stawka podatku zależy od stanu, w tabeli podano ceny ze stawką 16%.

STANY ZJEDNOCZONE



Pacific Bell
GSM 1900 (PCS)
Kod (nazwa) sieci: 310 17; PBELL
Telefony: 611, +1 209 381 2345 (BOK)
Rozmowy krajowe: 3,20
Rozmowy do Polski: 6,91
Połączenia przychodzące: 3,20

Stawka podatku zależy od stanu, w tabeli podano ceny ze stawką 4%.

WYSPA JERSEY

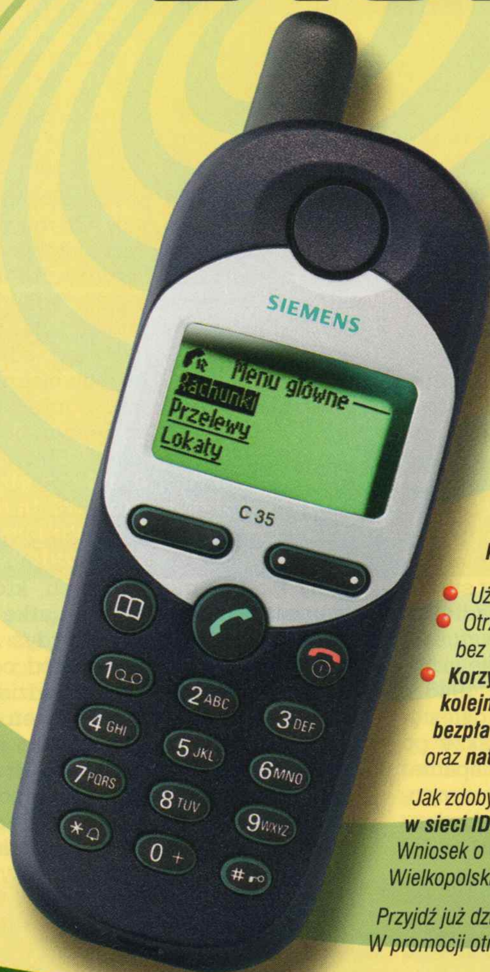


Jersey Telecoms
GSM 900
Kod (nazwa) sieci: 234 50; JT GSM
Telefony: 152, +44 1534 882 152 (BOK); 192, 153 (informacja)
Rozmowy krajowe: 1,53 (0,80) wewnątrz sieci i z siecią stacjonarną; 1,93 (1,13) z innymi sieciami na wyspie
Rozmowy do Polski: 3,99 (2,99)

Ceny podane w nawiasach dotyczą połączeń w godzinach poza szczytem. Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerami bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.pl; plik w formacie MS Excel).

KARTA KREDYTOWA VISA WBK IDEA Profit

MÓWISZ KUPUJESZ ZYSKUJESZ





KARTA KREDYTOWA VISA WBK IDEA Profit *to podwójna korzyść* ***dla CIEBIE!***

- *Używając naszej karty,* ***płacisz mniej*** *niż inni!*
- *Otrzymujesz* ***limit kredytowy****, który pozwoli Ci na dokonywanie bezgotówkowych transakcji do* ***46 dni*** *bez naliczania* ***żadnych odsetek!***
- ***Korzystasz z telefonu w sieci Idea – zbierasz punkty, używasz karty WBK IDEA Profit*** *– dostajesz* ***kolejne punkty. Punkty wymieniasz na dowolne produkty z katalogu i… prezent:*** ***bezpłatne 2 serwisy informacyjne SMS, poczta głosowa GOLD*** *w Twoim telefonie oraz* ***natychmiastowy*** *dostęp do* ***roamingu.***

Jak zdobyć kartę? To bardzo proste. ***Używasz telefonu komórkowego w sieci IDEA i Karta Kredytowa VISA WBK IDEA Profit*** *może być Twoja. Wniosek o wydanie karty otrzymasz w każdej placówce Wielkopolskiego Banku Kredytowego SA i w każdym punkcie sprzedaży PTK Centertel.*

Przyjdź już dziś! Nie zwlekaj!
*W promocji otrzymasz kartę bezpłatnie.**

** promocja trwa do dnia* ***28 lutego 2001 r.***

PUNKTY ZA ROZMOWY
PUNKTY ZA ZAKUPY

WBK
profit
IDEA

Infolinia: 0800 240 240, http://www.wbk.pl

Telefony Programu: ***300** (połączenie z tel. sieci Idea) lub **+48 501 400 300**
www.idea.pl

Styczeń w czasach Polski Ludowej obchodzono jako miesiąc Warszawy. To bowiem 17 stycznia 1945 r., do lewobrzeżnej części stolicy, wkroczyła Armia Czerwona, kończąc okres okupacji niemieckiej. Wśród gruzów po dumnym mieście, na wyzwolicieli czekała zaledwie garstka mieszkańców.

Zamęt w cieniu Pałacu

Artur Stadnik

Minęło 55 lat od tamtych dni. Warszawa tętni życiem, dawnych mieszkańców zastąpili przyjezdni, w miejscu zniszczonych budowli wyrosły ich repliki lub całkiem nowe domy. Jednak mimo niewątpliwych sukcesów odbudowy, nie udało się stworzyć Miasta. Ale czy udać się mogło? Miasto to nie tylko domy i ulice. To przede wszystkim mieszkańcy, ze swymi obyczajami i aspiracjami, ze swoją kulturą i pasjami. Warszawa swoich mieszkańców w większości straciła, a wraz z nimi straciła duszę. Bez warszawiaków, tych kilkuset tysięcy zabitych oraz wygnanych Polaków i Żydów, nie mogła się odrodzić „tamta" dostojna stolica. Zwłaszcza, że przyszło „nowe", które nie chciało wskrzeszać „starego". „Stare" było bowiem naznaczone piętnem podejrzanej indywidualności, a „nowe" dążyło do wielkiej unifikacji. Niech będzie jedna myśl, jeden właściciel, jeden styl w sztuce. I choć zamiar się nie powiódł i utopia w końcu upadła, to zostawiła po sobie okaleczone miasto i ludzi. Niszczenie Warszawy nie skończyło się bowiem 17 stycznia 1945 r. Trwało przez następne cztery dziesięciolecia. Co gorsza, trwało także po 1989 r., gdyż pozostawieni w spadku po minionym – nieudolni, skorumpowani i mierni intelektualnie decydenci, Warszawy ożywić nie umieli.



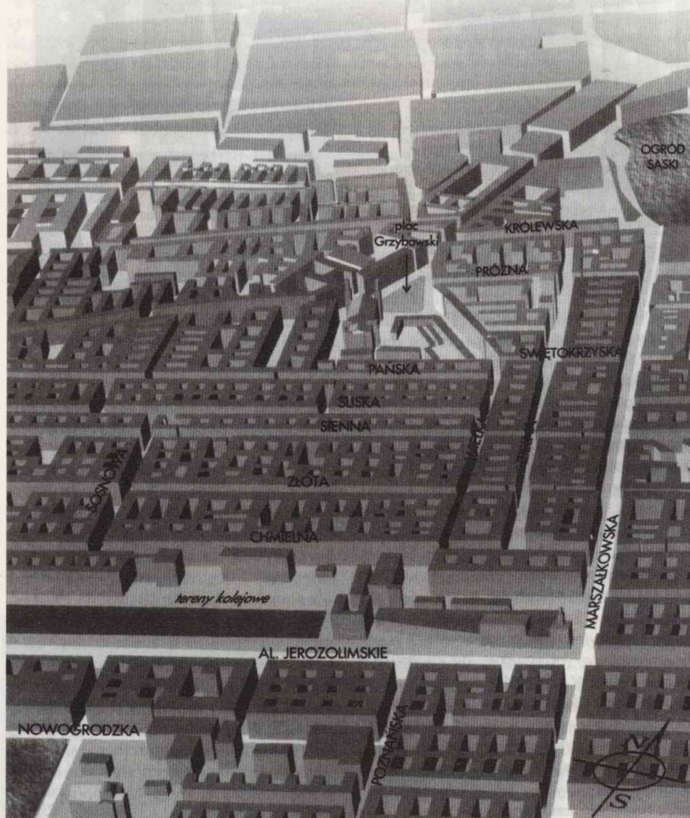
• Pamiątką po dawnej Marszałkowskiej jest neogotycka Kamienica Matiasa Taubenhausa.

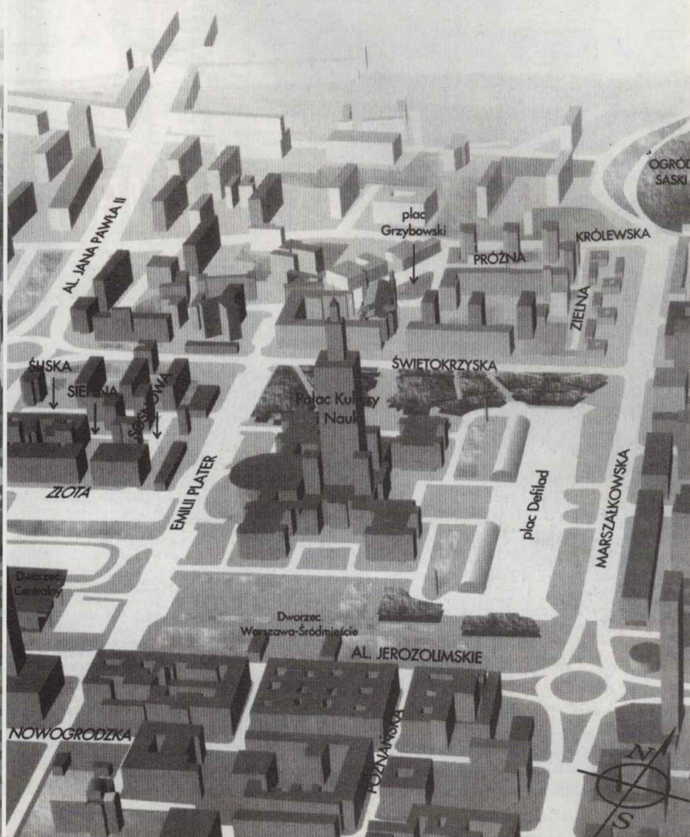
Cały naród buduje swoją stolicę

Tuż po wojnie rozważano możliwość przeniesienia stolicy do Łodzi i zachowania ruin Warszawy ku przestrodze potomnym. Pomysł ten wydawał się uzasadniony, jeśli zważyć ogrom zniszczeń stolicy. Jednak wola odbudowy była zbyt silna i pomysł szybko zarzucono.

Warszawa, jaką Polacy znali sprzed wojny, była wyjątkowa i jedyna, i żadne inne miasto nie mogło jej zastąpić. Przymiotnik „warszawski" znaczył: wielkomiejski, europejski, nowoczesny, stołeczny. I choć nie brakowało w Warszawie miejsc obskurnych, nie przysłaniały one jej blasku. Bogate centrum, z wykwintnymi sklepami, restauracjami, teatrami i kinami, wieczorami rozjaśnione neonami, pulsowało życiem do późnej nocy. Chyba właśnie ta wielkomiejska, rozrywkowa atmosfera najbardziej przyczyniła się do nadania Warszawie przydomku „Paryża Wschodu". Rozrywka i handel nie zdążyły jeszcze uciec do odległych osiedli-sypialni. W przedwojennej Warszawie, mieszkało ok. 1 mln 400 tys. ludzi. Dzisiaj, na tym samym obszarze, mieszka niewiele ponad 300 tys. W rezultacie Warszawa ma teraz centrum jedynie w sensie umownym. Tam, gdzie dawniej rozciągała się zwarta zabudowa, wyrosły luźno rozrzucone zespoły bloków mieszkalnych, które poszarpały historyczną siatkę ulic. W miejscu jednolitej niegdyś tkanki miejskiej na północ i zachód od ulicy Świętokrzyskiej, straszy, podziurawiona pustymi placami, przestrzeń. Wyrok na ten rejon Śródmieścia jako pierwsi wydali niemieccy okupanci. Utworzyli oni specjalne kompanie niszczycielskie, które po likwidacji getta żydowskiego i upadku powstania warszawskiego, wysadzały w powietrze i wypalały ocalałe podczas walk domy. Jednak nawet im nie udało się zniszczyć wszystkiego. Zabrakło czasu. W centrum ocalały kamienice z początków stulecia i z lat dwudziestych, które wznoszono z zachowaniem surowych przepisów bezpieczeństwa przeciwpożarowego. Niestety, niewiele doczekało naszych czasów. To, czego nie zniszczył ogień, zniszczył Stalin. Kamienice zostały zburzone, by zrobić miejsce pod Pałac Kultury i Nauki im. Stalina. W kwadracie ulic Marszałkowskiej, Al. Jerozolimskich, Świętokrzyskiej i Sosnowej powstała ogromna wyrwa pod pomnik gigantomanii, a miasto zostało pozbawione naturalnego centrum.

Na szczęście Biuro Odbudowy Stolicy doprowadziło do odtworzenia Starego Miasta, Krakowskiego Przedmie-





• **Ścisłe centrum przedwojennej Warszawy (ryc. z lewej) – wielkomiejskie i bogate. W 1935 r. większość budynków można było uznać za nowe, gdyż wzniesiono je dopiero na przełomie XIX/XX w. Na rysunku obok ten sam obszar dzisiaj, przerzedzony i bezładnie zabudowany, pilnie domaga się radykalnej naprawy.** *Ryc. Piotr Kann, przedruk za zgodą wyd. Veda.*

ścia, Nowego Świata, żeby wspomnieć o najważniejszych realizacjach. Całe miasto zamieniło się w jedną wielką budowę. Na, nieistniejącym już skrzyżowaniu Siennej z Zielną, stanęła potężna maszyna, produkująca z gruzu cegły-pustaki. Cegły zwożono do Warszawy również z innych miast, a zwłaszcza z Ziem Zachodnich. Nie oszczędzono nawet szczecińskiej Starówki. Podobne zdarzenia, choć nie nagłaśniane, rzuciły cień na kampanię odbudowy stolicy.

W pierwszych dziesięciu latach po wojnie zrealizowano wiele interesujących projektów, autorstwa elity polskich architektów. Wymienić należy: gmach Głównego Urzędu Statystycznego (1948-54, projekt Romualda Gutta) na rzucie trójskrzydłowego „wiatraka", biurowiec Prezydium Rządu (1952, proj. Marka Leykama), biurowiec „Metalexportu" (1950-51, proj. Zbigniewa Karpińskiego i Tadeusza Zielińskiego), Centralny Dom Towarowy (1948-52, proj. Zbigniewa Ihnatowicza i Jerzego Romańskiego, obecny „Smyk"), Dom Partii (1948-51, proj. Wacława Kłyszewskiego, Jerzego Mokrzyńskiego i Eugeniusza Wierzbickiego). Powyższe projekty odstępowały od obowiązującego wówczas w architekturze realizmu socjalistycznego, za co spotykała je „gruntowna" krytyka. Drażnił zwłaszcza funkcjonalistyczny CDT przy Alejach Jerozolimskich i biurowiec Prezydium Rządu, który uznano za „odchylenie kosmopolityczne". W czasach, kiedy nie wolno było prowadzić prywatnych pracowni projektowych, taka ocena mogła oznaczać odsunięcie od wykonywania zawodu.

Przychylnością władz cieszyły się za to sztandarowe realizacje socrealizmu: Muranów (osiedle mieszkaniowe w miejscu getta żydowskiego), Marszałkowska Dzielnica Mieszkaniowa, no i oczywiście Pałac Kultury i Nauki. Wznoszone na wyścigi, metodą „socjalistycznego współzawodnictwa pracy", miały być witryną nowej władzy.



• **Stajnia Augiasza w środku miasta – targowisko naprzeciwko dostojnych kamienic z początku XX wieku (Al. Jerozolimskie).**



• Pole bitwy w centrum miasta – drapacze chmur wdzierają się między zabudowę z lat 60.



W latach powojennych władza ta przejawiała swoistą schizofrenię w podejściu do dziedzictwa narodowego. Z jednej strony odnawiano cenne zabytki, aprobowano wprowadzanie narodowych elementów do socrealistycznych budowli (np. na osiedlu Muranów Południowy, proj. Bohdana Lacherta), a z drugiej burzono lub dewastowano ocalałe kamienice i pałace. Balkony i gzymsy po prostu odkuwano, zostawiając płaskie ściany i szyny nośne. A trzeba pamiętać, że autorami kamiennych i gipsowych ozdób byli najlepsi warszawscy artyści i rzemieślnicy. Jak pisze Jerzy Kasprzycki w „Korzeniach miasta": „[...] warszawskie elewacje powstawały jako trójwymiarowe dzieła sztuki zdobniczej. Falowały kapryśną grą półcieni i półtonów, żyły własnym życiem, jakby oderwanym od banalnej płaskości przechodnich ulic". Dzisiaj takie elewacje można jeszcze spotkać w południowej części śródmieścia: na ulicy Lwowskiej i w Al. Ujazdowskich oraz w Al. Jerozolimskich między Mariottem a Marszałkowską.





• Uciec od banału – Focus Filtrowa przy Trasie Łazienkowskiej. Na zdjęciu u góry dodatkowy szklany parawan przymocowany do elewacji chroni przed hałasem i kurzem.

Pałac Kłopotów

Kilka lat po wojnie W. Mołotow, ten od niesławnego traktatu między ZSRR a Niemcami, po raz kolejny postanowił przysłużyć się Polsce. Tym razem wpadł na pomysł podarowania zniszczonej Warszawie wspaniałej budowli, dowodu przyjaźni Związku Radzieckiego. Szkoda tylko, że obdarowana nie miała tu nic do powiedzenia.



• Zadbane elewacje i ogródek, czyli Warszawa według Starzyńskiego.



• Białe elewacje, okrągłe okna, tarasy na dachu tego budynku nawiązują do przedwojennej zabudowy Saskiej Kępy.

Budowa pałacu była przedsięwzięciem na niespotykaną w Polsce skalę. W gmachu miały się pomieścić sala widowiskowa, 2 muzea, 4 kina, 3 teatry, baseny, sale wystawowe i biura. Odpowiednią perspektywę chciano zapewnić gmachowi pozostawiając wokół niego szeroki obszar niezabudowany. Aby ten rezultat osiągnąć, zburzono pozostałości ścisłego centrum przedwojennej Warszawy z ulicami: Wielką, Zielną, Śliską, Sienną, Złotą i Chmielną. Zachowały się jedynie zachodnie odcinki trzech ostatnich ulic. Po trzech latach budowy, w 1955 r., Pałac był gotowy. Pośrodku morza ruin wyrosła, wysoka na 234 m, piramida.



• Domek Holenderski, oaza spokoju na skarpie wiślanej między Sheratonem a Nową Giełdą.

Architektura Pałacu od początku wywoływała emocje. Wśród jednych budziła zachwyt, wśród innych przerażenie i sprzeciw. O ile postawienie budynku o takiej skali i w takim miejscu było aktem bezdyskusyjnego barbarzyństwa, to ocena architektury jako obcego europejskiej tradycji „azjatyckiego monumentalizmu" jest niesłuszna.

Monumentalizm od czasów greckich był w całej Europie uznawany za ostateczną miarę piękna. Monumentalne były świątynie greckie i rzymskie, średniowieczne katedry, klasycystyczne pałace i gmachy publiczne. Trudno w świecie o bardziej monumentalne założenia architektoniczne od bazyliki św. Piotra w Rzymie z otaczającym ją placem czy wieży Eiffela z Polami Marsowymi w Paryżu. Twórcy PKiN szukali inspiracji nie w Azji, a w amerykańskich drapaczach chmur z lat 20. i 30., które wprost czerpią z tradycji europejskiego klasycyzmu i do dzisiaj uchodzą za najlepsze przykłady budownictwa wysokościowego. Pałac wyróżnia się na korzyść, w porównaniu z pozbawionymi wyrazu warszawskimi drapaczami chmur ostatniej dekady. I gdyby tylko postawiono go w gąszczu Manhattanu czy na ogromnym obszarze Moskwy (gdzie stoi 8 podobnych gmachów), a nie w dziurze po amputowanym centrum miasta, nie spotkałby się z taką niechęcią. Niestety, PKiN wyrósł w sercu Warszawy, wciąż pozostając główną przeszkodą w przywróceniu wielkomiejskiego charakteru temu prawie dwumilionowemu miastu.

Pałac, jako budynek użyteczności publicznej, spełnił swoją funkcję. Oprócz zjazdów partyjnych odbywały



• Warsaw Trade Tower – finezyjna sylwetka, dopracowany detal. Najciekawszy wieżowiec w mieście, w nieciekawej okolicy.

się w nim przedstawienia teatralne, koncerty i wystawy. Średnie pokolenie „oswoiło się" z Pałacem dzięki występom Rolling Stones'ów, Leonarda Cohena czy festiwalom Jazz Jamboree. Inaczej rzecz się miała z jego otoczeniem. Stopniowo popadający w ruinę park od strony Świętokrzyskiej nigdy nie stał się ulubionym miejscem spotkań, a Plac Defilad przez większą część roku służył jako parking dla autobusów. Brak funkcjonalnego uzasadnienia dla założenia urbanistycznego wokół Pałacu sprawił, że taką funkcję nadała mu bez pytania historia. Wraz z nastaniem kapitalizmu i erupcją inicjatywy prywatnej w końcu lat 80., otoczenie Pałacu zalała fala drobnego handlu. I tak w miejscu skwerów i alejek parkowych rozsiadł się najprawdziwszy bazar. Ten znamienny symbol swoich czasów wykazał się wyjątkową żywotnością. Jest to zasługą tyleż narodowej pasji do handlowania, co niedowładu decyzyjnego władz stolicy.

Niech martwią się sami

W 1994 r. ogłoszono wyniki międzynarodowego konkursu na zagospodarowanie ścisłego centrum stolicy. Zwycięstwo przypadło w udziale polskim architektom Bartłomiejowi Biełyszewowi i Andrzejowi Skopińskiemu. Jak się jednak szybko okazało, zorganizowanie konkursu to było wszystko na co potrafiły się zdobyć ówczesne władze miasta. Architektów zostawiono samym sobie, a rajcy zastanawiali się, czy o losach centrum powinny decydować władze Warszawy czy władze gminy Centrum. Świadczy to o braku przygotowania władz samorządowych do podejmowania tak poważnych decyzji i o fatalnym ustroju miasta. Można też zastanowić się, czy wygląd stolicy powinien leżeć wyłącznie w gestii samorządu? Przykład Berlina pokazuje, że zainteresowanie rządu federalnego wychodzi miastu na dobre. W Polsce, z takim zainteresowaniem rządu centralnego stolica spotkała się w latach 1925-39 i w czasach Bieruta.

Spór kompetencyjny sprawił, że realizacja konkursowego projektu utknęła w miejscu już rok po podpisaniu umowy z architektami. Biełyszew i Skopiński powrócili do pracy dopiero w 1997 r. Krytyka projektu (za zbytnie wyeksponowanie Pałacu Kultury) zmusiła ich do przygotowania trzech wariantów planu zagospodarowania przestrzennego. Pierwszy zakładał zabudowę niską (do 8. pięter), drugi – wieżowce średniej wysokości (22-25 pięter), trzeci – otoczenie Pałacu wianuszkiem 50. piętrowych drapaczy chmur. Jednak w każdym wariancie Pałac pozostał osią projektu. Wygląda na to, iż zgodnie z zamysłem radzieckich twórców, jeszcze długo będzie górować nad miastem.

Biełyszew i Skopiński przygotowali plan miejscowy ścisłego centrum Warszawy, który zostanie pokazany w styczniu 2001 r. Zakłada on budowę wzdłuż Al. Jerozolimskich domów, które wysokością (25-28 m), szerokością i podziałami elewacji będą współgrać z rzędem zabytkowych kamienic z drugiej strony ulicy. Domy mają być zbu-



• Budynek biurowo-mieszkalny Stratos z powodzeniem odtwarza północną pierzeję ul. Skorupki.



• PKO BP przy Marszałkowskiej, tzw. „Dom pod Sedesami". Podczas modernizacji usunięto z fasady charakterystyczne ceramiczne elementy.



• Dom Norweski przy Poznańskiej godnie wpasował się w otoczenie z początku XX w.

dowane z kamienia. Za to od strony Marszałkowskiej osłonę budynków mają stanowić szklane, kurtynowe ściany. Zachowana zostanie spora połać zieleni od strony Świętokrzyskiej.

Wprowadzenie planu w życie zależy od rozstrzygnięcia wszelkich spraw własnościowych, podjęcia stosownych decyzji przez radę gminy Centrum i znalezienia inwestorów. Zanim to nastąpi, Bazar może spać spokojnie.

Center Plaza Tower

Zagubienie języka przez współczesną architekturę znajduje odbicie nie tylko w tworzeniu ujednoliconych modeli powielanych na całym świecie, ale też w nazewnictwie nie uwzględniającym narodowego kontekstu. Warszawa lat 90. doświadczyła obu tych zjawisk. Budowane według sztampy supermarkety, stacje benzynowe, biurowce nie utożsamiają się ze swoim otoczeniem, lecz z korporacją, do której należą. Stąd mamy w Warszawie realizacje rodem z Teksasu, Stambułu, przedmieść Ham-



• Siedziba Banku Raiffeisen na rogu Pięknej i Kruczej nawiązuje formą do sąsiednich, zabytkowych kamienic.



• Perła modernizmu – tzw. „Dom Pod Orłami" z lat 1912-17. Elewację zdobią blachy miedziane o motywach roślinnych.

burga czy wprost z Księżyca. Na życzenie inwestorów przyoblekają się one w pretensjonalne nazewnictwo, takie samo w Kuala Lumpur, jak i w Warszawie. Obok różnych House'ów, Tower'ów i Center'ów trafiają się też dwujęzyczne kurioza w rodzaju Sadyba Best Mall. Budowle te nazwą i formą zaznaczają swoją przynależność do „świata" i jednocześnie skazują się na trwałe wyobcowanie w miejscu swego istnienia.

Wspomniane zjawiska są negatywnymi następstwami globalizacji. Ale globalizacja to również nieograniczony przepływ informacji i dostęp do najnowszych technologii. Te zaś dają możliwość niemal nieograniczonej indywidualnej kreacji, z czego korzystają także polscy architekci.

Prace Stanisława Fiszera i Andrzeja M. Chołdzyńskiego (Centrum Giełdowe), Marka Budzyńskiego (Biblioteka UW), Stefana Kuryłowicza z zespołem (Focus Filtrowa, Nautilus), Andrzeja Bulandy i Włodzimierza Muchy (BRE Bank w Bydgoszczy), pracowni JEMS i Atelier 2 są tego najlepszym przykładem.

Po latach posuchy, kiedy budowano szybko i chaotycznie, zaczęły w Warszawie powstawać realizacje wybitne. Czasem uzupełniają okaleczoną tkankę miejską, czasem stoją samotnie pośród bezładu. Każdy nowy przykład architektonicznego sensu cieszy. Ale choć Warszawie przybywa pięknych budowli, ona sama nie pięknieje. Zbyt dużo na jej obliczu skaz i śladów zaniedbań. Aby się ich pozbyć, Warszawa potrzebuje Wielkiej Przemiany w rządzeniu, planowaniu i naprawianiu. Nie dokonają jej ludzie mali, zaprzedani swoim koteriom i układom. Przemiany dokonają ludzie śmiali, niezależni, mieszkańcy miasta, nie gminy czy dzielnicy.

W 1934 r. spory polityczne w samorządzie miasta doprowadziły do interwencji władz państwowych. Powołały one tymczasowy zarząd miejski i komisarycznego prezydenta w osobie Stefana Starzyńskiego. Nowy prezydent przedstawił śmiałą wizję Warszawy przyszłości i zaczął ją wprowadzać w życie. Stworzono plan budowy metra i bulwarów nadwiślańskich, rozwoju szkolnictwa zawodowego. Ale na co dzień prezydent służył miastu jako „entuzjastyczny realista". Zajął się likwidacją ogromnego długu miasta. Zorganizował konkurs na najpiękniejsze podwórko Warszawy. Ten piłsudczyk i major rezerwy, szczególnie uczulił swoich podwładnych, aby strzegli terenów miejskich przed zakusami ówczesnych prominentów, również wojskowych. Szkoda, że ten czas już minął. Dzisiejsza Warszawa naprawdę potrzebuje Starzyńskich.

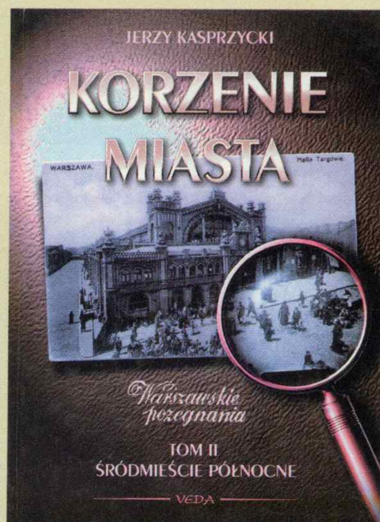
IDEA POLECA

Jerzy Kasprzycki

KORZENIE MIASTA

WARSZAWSKIE POŻEGNANIA

tomy I-V, Warszawa 1996-2000





• Świetna lokalizacja, świetne wykonawstwo. Apartamenty przy Gwiaździstej na Żoliborzu.

Cyfrowa biblioteka

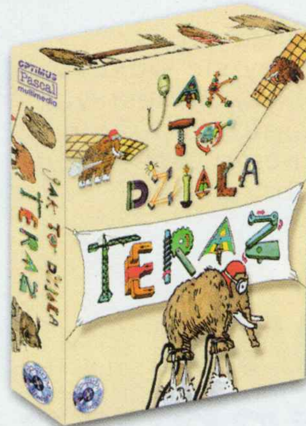
Paweł Piasecki

JAK TO DZIAŁA TERAZ

Nowa wersja przewodnika po świecie techniki dla małych i dużych odkrywców.

Wydana w 1988 r. książka „The Way Things Work", napisana i zilustrowana przez Davida Macaulay'a, była wielkim bestsellerem (2,5 mln sprzedanych egz.). W 1994 r. pojawiła się publikacja multimedialna pod tym samym tytułem, a już 2 lata później na polski rynek wprowadził ją Optimus Pascal.

Obecnie dostępna jest zaktualizowana i unowocześniona wersja tej wspaniałej encyklopedii wiedzy, która w przystępny i dowcipny sposób wyjaśnia, dlaczego samoloty utrzymują się w powietrzu, magnesy przyciągają, telefony dzwonią, i jak działają setki innych urządzeń. Do najważniejszych nowości programu, którego sympatycznym gospodarzem jest Wielki Włochaty Mamut, należy cyfrowa kraina z 10 interaktywnymi artykułami. Dotyczą one najnowszych osiągnięć techniki, takich jak cyfrowy aparat fotograficzny, DVD-ROM, bankomat czy Internet.



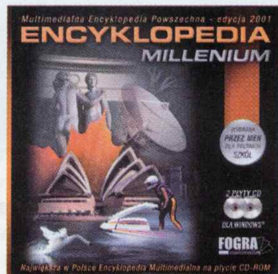
W Szkole Mamuta na użytkownika czeka obszerny Test Wiedzy, składający się z trzech etapów i 330 pytań, pozwalający na zdobycie kolejno tytułów Mistrza, Eksperta i Geniusza Techniki. Oprócz dwóch tysięcy interaktywnych ekranów, w programie znajdziemy m.in. zabawne filmy z Mamutem i autorem programu, animacje oraz „Składzik" z obrazkami, dźwiękami i wygaszaczami ekranu.

MULTIMEDIALNA ENCYKLOPEDIA POWSZECHNA – EDYCJA 2001

Alians Fogry z Onet.pl wyszedł na dobre krakowskiej encyklopedii.

W maju 2000 r. Wielka Internetowa Encyklopedia Multimedialna wydawnictwa Fogra stała się częścią portalu Onet.pl. Obecnie na rynek trafia czwarta edycja multimedialnej wersji krakowskiej encyklopedii, a pierwsza, której dystrybucją zajmuje się Onet.

Dwa krążki CD-ROM stanowią w tym przypadku ekwiwalent 20-tomowej „Popularnej Encyklopedii Powszechnej". W porównaniu z poprzednią edycją multimedialną, dodano 10% haseł (jest ich łącznie ponad 80 tys.), 1000 zdjęć, znaczne ilości ilustracji, fragmentów muzycznych i sekwencji filmowych. Na uwagę zasługuje nowy interfejs, dzięki któremu szybko i wygodnie dociera się do informacji, zdjęć, filmów i animacji. Encyklopedia umożliwia aktualizację zawartych w niej danych za pośrednictwem Internetu.



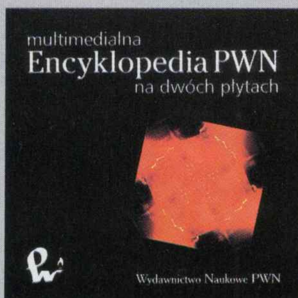
Cena detaliczna (ok. 90 zł) jest niewątpliwie poważnym atutem tej encyklopedii, która ma szanse trafić zarówno do licznych nabywców prywatnych, jak i szkół (pomoże w tym rekomendacja MEN).

Wydawca dołączył do encyklopedii cenny upominek: osobną płytę z zawierającym 20 tysięcy haseł „Słownikiem wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych" Władysława Kopalińskiego.

MULTIMEDIALNA ENCYKLOPEDIA PWN NA DWÓCH PŁYTACH

Mniejsza objętość, niższa cena, niezmiennie wysoka jakość.

O dobroczynnych dla klientów skutkach rynkowej konkurencji przekonują się także użytkownicy publikacji multimedialnych. Wprowadzenie przez krakowską Fogrę encyklopedii w cenie poniżej 100 zł spotkało się z natychmiastową ripostą ze strony wydawnictwa PWN. Jeszcze przed świętami na rynek trafiła encyklopedia PWN na 2 krążkach (oparta na 3-tomowej edycji drukowanej) w cenie 99 zł.



Ci, którzy dotąd nie kupili znacznie droższej „Multimedialnej Nowej Encyklopedii Powszechnej PWN" (4 płyty CD-ROM lub jedna DVD-ROM), powinni teraz przypuścić szturm na sklepy. Na 2 płytach znajduje się bowiem potężna dawka informacji, która każdemu żądnemu wiedzy użytkownikowi dostarczy intelektualnej strawy na długie lata. Encyklopedia zawiera 90 tys. haseł i 6 tys. ilustracji.

Na uwagę zasługują interaktywne mapy, nagrania fragmentów najważniejszych dzieł muzyki światowej i filmy archiwalne, przedstawiające m.in. głośne wydarzenia ostatnich lat, takie jak uroczystość przyjęcia Polski do NATO czy konflikt w Kosowie. Intuicyjny system wyszukiwania ułatwia poruszanie się po pokaźnych zasobach encyklopedii. Raz jeszcze: brawo, PWN!

POZNAJ WNĘTRZE SWOJEGO PC

KOMPUTER od A do Z

Dzięki nowemu programowi Strefy CD poznajemy komputer od środka.



Wydawnictwo zadebiutowało na rynku multimedialnym „Pocztem władców Polski". Wraz z II numerem magazynu otrzymujemy krążek zawierający encyklopedię komputerową, przygotowaną we współpracy z portalem Wirtualna Polska.

Program adresowany jest zarówno do tych, którzy nie bardzo wiedzą, po co w pecece płyta główna, jak i do zaawansowanych użytkowników, zainteresowanych procesami, których normalnie podejrzeć nie sposób. Solidną bazę wiedzy stanowią szczegółowe opisy części składowych komputera (procesor, pamięć, karta graficzna itp.) oraz urządzeń peryferyjnych (skaner, drukarka atramentowa itp.).

Oprócz omówienia podstawowych funkcji, odmian i parametrów, znajdziemy tu także artykuły o sposobach instalacji poszczególnych elementów i urządzeń. Każdy temat ilustrowany jest przestrzennym, półprzezroczystym modelem. Oprócz tego dostępne są animacje, pomagające w zrozumieniu procesów m.in. skanowania i druku laserowego, a także filmy pokazujące działanie wybranych elementów.

Dodatkową atrakcją tej komputerowej encyklopedii jest bogato ilustrowana historia informatyki: od prehistorycznych przyrządów datowanych na 7000 lat p.n.e do rynkowego debiutu procesora Pentium IV.

W styczniu, miesiącu, w którym większość Polaków jednoczy się wokół charytatywnej akcji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, chciałbym poświęcić nieco uwagi niekomercyjnemu, dobroczynnemu wymiarowi Internetu.

Sieciowa dobroczynność

PAWEŁ PIASECKI

Może wywoła to zdziwienie czytelników, gdyż komercja na dobre zawładnęła siecią, a Internet pojawia się ostatnio w publicznych dyskusjach prawie wyłącznie w kontekście rozmaitych dokonanych bądź niedokonanych transakcji, fuzji i przejęć. Raz mówi się triumfalnie o narodzinach Nowej Ekonomii, kiedy indziej podkreśla, że Internet nie jest maszynką do zarabiania pieniędzy, ale pytanie „jak zrobić interes w sieci" przewija się nieustannie.

Wszystkie cechy Internetu, które czynią z niego znakomite medium do prowadzenia interesów, a więc globalny zasięg, szybkość i niskie koszty działania, odgrywają zasadniczą rolę, gdy podejmowane są akcje o charakterze niekomercyjnym. Najlepszym przykładem tego, ile Internet może zrobić dla dobroczynności, jest projekt walki z nędzą o nazwie Netaid, realizowany przez ONZ-owski program ds. rozwoju przy wsparciu firm Cisco Systems, Akamai i KPMG.



Niewiele witryn internetowych – wliczając w to nawet bardzo znane serwisy – miało tak imponujący debiut, jak Netaid.org. Trzy gigantyczne, odbywające się równocześnie w Nowym Jorku, Londynie i Genewie charytatywne koncerty, były transmitowane przez radio i telewizję w 69 krajach świata, a także – na skalę nie odnotowaną jeszcze w historii – w Internecie (dzięki technologii Real Video). Koncerty z udziałem czołowych gwiazd show-biznesu nadały przedsięwzięciu tak ogromny rozgłos, że strona Netaid.org zanotowała w krótkim czasie ponad 40 mln odwiedzin.

Celem Netaid jest podnoszenie świadomości internautów w tak społecznie doniosłych kwestiach, jak walka z głodem i skrajną nędzą, których doświadcza na co dzień ponad miliard mieszkańców naszego globu. Aby wyrwać ludzi z zaklętego kręgu obojętności, twórcy witryny Netaid.org nie wahają się używać drastycznych nieraz porównań: „*Wyobraźcie sobie 300 katastrof samolotowych dziennie, w których giną wszyscy znajdujący się na pokładzie, z czego połowa to dzieci. Czy to zwróciłoby waszą uwagę? Tak się składa, że co roku umiera 40 mln ludzi, i to nie w wypadkach, ale dlatego, że urodzili się w złym miejscu i niewłaściwym czasie. Aby zaspokoić podstawowe potrzeby najbiedniejszych, potrzeba 13 mld dolarów. Wydaje się to dużo, prawda? Ale nie aż tak dużo, kiedy weźmiemy pod uwagę, że posiadacze psów i kotów wydają na swoich ulubieńców 18 mld dolarów rocznie*".

Fundacja Netaid.org nie ogranicza się do informowania o sytuacji, ale wzywa do pomocy zarówno hojnych sponsorów, jak i wolontariuszy. Pierwsze pieniądze, zebrane w wyniku akcji prowadzonych przez Netaid wspólnie z setkami organizacji charytatywnych z całego świata, zostały przeznaczone na pomoc dla głodujących mieszkańców Afryki i ofiar konfliktów etnicznych w Kosowie.

Aukcje charytatywne

Najsłynniejsza w Polsce akcja charytatywna, Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, stawiająca sobie za cel ratowanie zdrowia i życia dzieci, zyskała ostatnio wsparcie ze strony popularnego serwisu aukcyjnego Allegro.pl. Od 1 grudnia 2000 r. do 31 stycznia 2001 r. każdy użytkownik Allegro może wystawić na licytację dowolny przedmiot i przeznaczyć cały dochód ze sprzedaży na pomoc dla WOŚP. Pomysł jest prosty i skuteczny: obie strony takiej transakcji, sprzedający i kupujący, jednoczą się w dobroczynnym dziele.

Do 12 grudnia w serwisie pojawiło się 1080 aukcji oznaczonych charakterystycznym dla WOŚP czerwonym serduszkiem, o łącznej wartości prawie 21 tys. zł. Do końca stycznia liczba i wartość charytatywnych aukcji wzrośnie z pewnością wielokrotnie, m.in. dzięki bezpłatnemu wsparciu reklamowemu, jakie zapewniły przedsięwzięciu media.

W działania dobroczynne zaangażował się także serwis aukcyjny portalu Arena (aukcje.arena.pl). Do wspólnej akcji pomocy dzieciom zaproszono znanych polskich artystów, polityków i sportowców. Zdecydowali się oni przekazać na aukcję charytatywną pamiątki, które są im szczególnie bliskie. Cena wywoławcza każdego z oferowanych przedmiotów wynosiła 1 złoty.

Dodatkową zachętą do wzięcia udziału w tym przedsięwzięciu był fakt, iż zakup dowolnego przedmiotu na aukcji uprawniał do ubiegania się o nagrodę główną konkursu Arena Grand Prix – samochodu Audi TT. Cała suma uzyskana w trakcie licytacji trafiła do wychowanków Państwowego Domu Dziecka nr 4 w Warszawie.



BE&W

Arena udostępniła także swoje strony aukcyjne dla licytacji komputerowych grafik Zdzisława Beksińskiego. Dochód z tej aukcji zasili konto „Pajacyka", akcji organizowanej przez Polską Akcję Humanitarną (www.pah.ngo.pl), której ideą jest zapewnienie dzieciom z najbiedniejszych rodzin w Polsce i na Litwie jednego gorącego posiłku dziennie.

Z myślą o aukcji Beksiński przygotował pierwsze wydanie światowe tysiąca egzemplarzy swych najnowszych prac z dołączoną wersją elektroniczną na płytach CD. Dodatkowo licytowano 500 albumów na płytach CD z autografami artysty.

Organizacje pozarządowe

Jednym z najgorliwszych orędowników akcji społecznych jest w Polsce Fundacja im. Stefana Batorego, której aktywność jest bardzo widoczna również w Internecie (www.batory.org.pl). Wespół z Polską Akcją Humanitarną i Bankiem Informacji o Organizacjach Pozarządowych Klon/ Jawor, fundacja wystąpiła ostatnio z inicjatywą pod nazwą „Bank Drugiej Ręki" (www.bdr.ngo.pl).



BE&W

Celem akcji jest przekazywanie używanego sprzętu komputerowego (głównie przez firmy, które często go wymieniają) szkołom, osobom niepełnosprawnym i organizacjom pozarządowym, czyli wszystkim tym, którzy potrzebują komputerów do codziennej pracy, a ze względu na ograniczone środki finansowe, nie mają możliwości ich nabycia.

Warto przypomnieć, że Fundacja im. Batorego była jednym z głównych sojuszników akcji „Internet dla niepełnosprawnych", zapoczątkowanej w 1996 r. przez Marka Cara, tragicznie zmarłego rok później prezesa firmy Polska OnLine, jednego z animatorów rozwoju polskiego Internetu. Akcję wsparły także Microsoft, IBM i Telekomunikacja Polska. Głównym jej celem było ułatwienie osobom niepełnosprawnym dostępu do zasobów informacyjnych Sieci oraz alternatywnych sposobów komunikowania się i wykonywania pracy (tzw. telepraca, nie wymagająca opuszczania domu).

Akcja zaowocowała powstaniem ogromnego objętościowo serwisu, a właściwie sieci serwisów – www.idn.org.pl. Spośród wielu działań, podejmowanych w ramach IdN, wspomnę tylko o jednym – kursie przygotowawczym do egzaminu na Europejskie Komputerowe Prawo Jazdy, organizowanym przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej (program Phare).

Certyfikat zaświadcza, że jego posiadacz ma podstawowe umiejętności w zakresie obsługi komputera i potrafi je efektywnie wykorzystać w codziennej pracy. Komputerowe prawo jazdy wzmacnia pozycję niepełnosprawnych w walce z barierami fizycznymi i psychicznymi, w tym także z często okazywaną niechęcią i uprzedzeniami pracodawców.

Problemem społecznym, o którym mówi się ostatnio w Polsce coraz więcej, są zaginięcia. Co roku kilkanaście, może nawet kilkadziesiąt tysięcy ludzi (ostatnie dostępne statystyki pochodzą z 1998 r.) traci kontakt z rodziną. Przyczyny są różne: u osób młodych najczęściej nieporozumienia z rodzicami, niepowodzenia w szkole, brak akceptacji u rówieśników, u starszych – kłopoty małżeńskie, długi, alkoholizm, zaburzenia psychiczne i amnezja.

Najczęściej ludzie ci nie znikają bez śladu – większość z nich udaje się odnaleźć w ciagu roku, choć poszukiwania niektórych trwają o wiele dłużej. Osobom, które utraciły kontakt z kimś bliskim, pomaga fundacja Itaka, prowadząca w Internecie bazę danych osób zaginionych www.zaginieni.pl, także w postaci stale aktualizowanego zbioru fotografii. Na stronach internetowych Itaki prezentowane są dane statystyczne dotyczące zaginięć, kampanie i akcje fundacji, informacje o telefonach zaufania (w tym linii „Żadnych pytań", która umożliwia zaginionym danie znaku życia), grupach wsparcia.

W dbałości o wizerunek

Akcje charytatywne są chętnie wykorzystywane przez duże i znane firmy do budowania swego pozytywnego wizerunku. Według badań rynkowych przeprowadzonych przez General Motors, 75% konsumentów jest bardziej skłonnych kupić auto od sprzedawcy zaangażowanego w doniosłą społecznie sprawę.

To samo badanie wykazało, że rak piersi znajduje się na czele listy problemów zdrowotnych, które nurtują społeczeństwo. Z podobnych sondaży już przed 7 laty wyciągnęła wnioski firma kos-metyczna Avon, która zaangażowała się w Breast Cancer Crucade – kampanię upowszechniania wiedzy o raku piersi i zbierania funduszy na leczenie i profilaktykę.

Akcja Avonu, podawana często jako modelowy przykład marketingu o podłożu społecznym, była prowadzona także w Internecie. We wrześniu 1999 r. na stronie www.avoncrusade.com rozpoczęto kampanię „Make the Promise" („Złóż obietnicę"). Jej celem było upowszechnienie samobadania piersi, które może w sposób radykalny przyczynić się do powstrzymania ekspansji tragicznej w skutkach choroby.

Witrynę internetową – www.breastcancer3day.org) – ma także organizowana od 1998 r. w kilku miastach amerykańskich akcja trzydniowych marszy (Avon Breast Cancer Walk), służących podnoszeniu świadomości społecznej i zbieraniu funduszy. Przykład Avonu dowodzi, że wymierne efekty marketingowe przynosi jedynie długotrwałe zaangażowanie we wspieranie akcji charytatywnych (najlepiej jednej kampanii, dostosowanej do wizerunku firmy). Finansując wybrane na chybił trafił działania, można jedynie zyskać chwilowy poklask.

Specjaliści od marketingu widzą w Internecie przyszłościowe narzędzie budowania trwałych więzi z klientem. A zatem firmy, które wykorzystają nowe medium do wspierania szczytnych celów, zaangażują się w te działania w sposób konsekwentny i przemyślany, odniosą wymierne korzyści. I w ten sposób wróciliśmy do świata interesów... ■

Rok 2000 przyniósł prawdziwy wysyp polskich stron www, poświęconych ochronie zdrowia: od najbardziej ogólnych po specjalistyczne, dotyczące np. cukrzycy, nadciśnienia czy alergii.

Na zdroWWWie

Paweł Piasecki

Osoby zainteresowane problematyką zdrowotną i szukające informacji na ten temat w Internecie nie są już skazane – jak było do niedawna – na korzystanie wyłącznie z serwisów anglojęzycznych (co oczywiście nie zmienia faktu, że do niektórych z nich warto stale zaglądać).

Prasa donosiła wielokrotnie o zaangażowaniu dużych rodzimych firm w budowę portali medycznych (np. clinika.pl), które w początkowej fazie mają pełnić głównie rolę informacyjną, a z czasem przeradzać się w platformy business-to-business. Powstały też pierwsze polskie apteki on-line.

Kanony wiarygodności

Dr Jarosław Furmański, pracownik naukowy Akademii Medycznej w Gdańsku, a zarazem szef Medical Web Designs (firmy, która stworzyła już kilkanaście profesjonalnych serwisów medycznych), podkreśla, że czeka nas jeszcze długa droga, zanim Internet zacznie spełniać naprawdę ważną rolę w dziedzinie edukacji zdrowotnej. Wielu polskich internautów poszukuje bowiem w sieci cudownych i jednoznacznych recept na wszystkie dolegliwości. Często mają problem z rozróżnianiem pojęć „choroba" i „objaw", nie rozumieją, dlaczego nikt nie chce za pośrednictwem Internetu dać gotowej recepty na ból głowy czy wysypkę.

Na hasło „zdrowie" czy „medycyna" czołowe polskie wyszukiwarki podają kilkadziesiąt tysięcy adresów. Niestety, wiele ze stron www, do których prowadzą, ma znikome wartości edukacyjne (czy wręcz dezinformuje). Dr Furmański podkreśla, że w Polsce przydałoby się upowszechnienie zasad wiarygodnej informacji medycznej, których kanon sformułowała genewska fundacja Health on the Net (**www.hon.ch**).

Zgodnie z tymi zasadami, internetowe serwisy medyczne powinny być przygotowywane wyłącznie przez osoby o odpowiednich kwalifikacjach. Jeżeli udzielają one jakichkolwiek porad, muszą zachowywać tajemnicę lekarską. Należy też informować o tym, kto jest autorem danego tekstu, z jakich źródeł korzystał, i jak często zasoby serwisu są aktualizowane.

Internetowy internista

Powyższe kryteria spełnia największy portal medyczny w polskim Internecie, który mieści się pod adresem **www.zdrowie.med.pl**, i który od maja 2000 r. jest stowarzyszony z portalem TPI (portal.pl). Serwis zawiera encyklopedię badań, chorób i leków, informuje też na bieżąco o największych osiągnięciach współczesnej medycyny, psychologii i genetyki.

Przegląd prasy, książek i innych „zdrowotnych" serwisów internetowych, a także e-mailowy biuletyn NaZdrowie (który można bezpłatnie zaprenumerować) gwarantują, że nie przeoczymy niczego, co ważne i ciekawe w tej dziedzinie. Informacje prezentowane na stronach zdrowie.med.pl opracowywane są na zamówienie redakcji przez lekarzy specjalistów z Akademii Medycznej w Gdańsku i innych ośrodków akademickich w Polsce. O wiarygodności serwisu najlepiej świadczy skład Rady Programowej, skupiającej uznane autorytety medyczne.

Na uwagę zasługuje także Zdrowe Życie (**www.zdrowezycie.pl**) – „inteligentny system nawigacji po wszechmiarze wiedzy medycznej". Serwis ten składa się z 3 głównych części: „objawy" stanowią próbę powiązania objawów z chorobami na podstawie formularza, który użytkownik wypełnia on-line, „działy" to kompendium wiedzy medycznej, pogrupowanej według specjalności, zaś w bazie teleadresowej „lekarze" możemy znaleźć dane szpitali, przychodni, prywatnych gabinetów, a także kas chorych i aptek.

Dużą atrakcją serwisu jest interaktywny atlas anatomiczny, a osobom mającym kłopoty z zachowaniem odpowiedniej wagi z pewnością przyda się kalkulator żywieniowy, pozwalający obliczać kaloryczność posiłków. Redaktorzy „Zdrowego Życia" – zgodnie z dyrektywami fundacji Health on the Net – podkreślają, że informacje i porady uzyskane w Internecie nie zastąpią osobistej wizyty u lekarza.

HON's President Scherrer wins the Morris F. Collen Award of Excellence, Los Angeles, November 8, 2000.

[text version] [version française]

HON Health On the Net Foundation

About HON, a Swiss non-profit foundation · Search the HON site



Search the Internet and our database for healthcare Websites, hospitals and support. Submit

Make the most of the medical Internet with this new HON service. HONselect integrates Websites, journal articles, multimedia and news for faster, richer search results.



Medical Topics

Support Communities · HON Projects · HON Library

Serwisy specjalistyczne

Wśród specjalistycznych serwisów medycznych wyróżnia się oficjalna strona Polskiego Towarzystwa Nadciśnienia Tętniczego, która działa w sieci od czerwca 1997 r. pod adresem **www.nadcisnienie.pl**. Warto przypomnieć, że nadciśnienie jest najbardziej rozpowszechnioną chorobą układu krążenia, a jednocześnie jednym z głównych czynników ryzyka wystąpienia udaru mózgu i zawału serca. Jeśli weźmiemy pod uwagę, że choroba ta występuje u ponad jednej trzeciej dorosłych Polaków, nie zdziwią nas dane o liczbie odwiedzin serwisu, która dochodzi do 20 tys. miesięcznie.

Na stronach „www.nadcisnienie.pl" pacjenci i lekarze znajdą wszechstronny poradnik, który pomaga w rozpoznaniu choroby oraz przedstawia zasady samokontroli ciśnienia, prawidłowej diety i trybu życia, problematykę nadwagi, a także dostępne leki.

Znaczną popularnością cieszy się serwis **www.schudnij.pl**. Może on być pomocny w mozolnych zmaganiach z nadwagą i otyłością, które, niestety, stanowią znak naszych czasów. Czy to prawda, że najlepsza dieta to ograniczenie jedzenia? Czy otyli rzeczywiście częściej zapadają na chorobę wieńcową?

Na stronach serwisu schudnij.pl, sponsorowanego przez polski oddział koncernu farmaceutycznego Roche, znajdziemy odpowiedzi na te i wiele innych pytań, informacje na temat przyczyn otyłości, metod leczenia i oczywiście praktyczne porady, pomocne podczas odchudzania. Dzięki interaktywnemu panelowi każdy może sprawdzić, w jakiej kategorii wagowej się znajduje i czy istnieją w związku z tym powody do niepokoju.

Co wolno sprzedawać

Spore kontrowersje budzi kwestia sprzedaży leków przez Internet. Według projektu nowego prawa farmaceutycznego, przygotowywanego przez Ministerstwo Zdrowia, działalność taka ma być całkowicie zakazana. Jednocześnie specjaliści z branży farmaceutycznej uważają, że handlu lekami w Internecie nie da się powstrzymać (zwłaszcza tymi bez recepty). W polskich aptekach on-line (**Apte.pl**, **LekiDoDomu.pl**) oferowane są obecnie parafarmaceutyki, preparaty witaminowe, ziołowe i homeopatyczne, kosmetyki, odżywki dla niemowląt.

Pomimo zapowiadanych obostrzeń prawnych, rozważana jest także sprzedaż przez Internet leków wydawanych na receptę. Zwolennicy tej koncepcji argumentują, że zamówienia składane w aptece on-line byłyby realizowane przez współpracujące z nią tradycyjne placówki, posiadające odpowiednie zezwolenia. Gra toczy się o wielką stawkę: szacuje się, że w 1999 r. polski rynek leków sprzedawanych w aptekach wart był prawie 2 mld dolarów, z czego blisko połowę stanowiły leki bez recepty.

Polski medyczny Internet to na razie przede wszystkim informacje dla pacjentów i lekarzy. Farmaceutyczny biznes on-line dopiero u nas raczkuje. Dobrze więc, że pojawiły się profesjonalnie redagowane, rzetelne i wiarygodne serwisy. Miejmy nadzieję, że trafią do nich wszyscy ci, którzy potrzebują fachowej porady medycznej. ■

Od słowa do słowa

Małgorzata Węgrzecka

Wszystkie początki, zwłaszcza tak spektakularne jak początek tysiąclecia, sprzyjają jakimś postanowieniom. Na co dzień trudno jest zmienić któreś z przez lata pielęgnowanych przyzwyczajeń. Ale teraz, z chwilą wejścia w życie magicznej daty, o wiele łatwiej podjąć walkę. Ja podjęłam. Postanowiłam rzucić palenie.

Walka z nałogiem to nie przelewki. Niewidzialne szpony bestii z każdym dniem głębiej i głębiej wbijają się w ciało swej ofiary, czyniąc coraz to większe spustoszenia. Zanim ta się spostrzeże, zwykłe „palę dla przyjemności" albo „palę dla towarzystwa" zamieniają się w „...skończyły mi się papierosy! Gdzie jest jakiś nocny sklep?!!!". Ponieważ sama przeszłam tę drogę, postanowiłam sumiennie przygotować się do wyrywania nikotynowych szponów. Przede wszystkim przeprowadziłam sondę wśród byłych palaczy, żeby dowiedzieć się, kiedy, z jakiego powodu i w jaki sposób rzucili palenie. I tak na przykład Michał przestał palić, bo przechodził bardzo ciężką, dwutygodniową anginę – nawet dymu nie mógł przełknąć. Od razu odrzuciłam ten pomysł. Ostatnią anginę miałam w dzieciństwie i w ogóle, jeśli się przeziębiam, to raz na pięć lat. Potem rozmawiałam z Dorotą. Ona rzuciła palenie, bo jej lekarz powiedział mniej więcej: „palenie albo zdrowie, wybór należy do ciebie". Jej argumenty, iż narażam się na otłuszczenie naczyń krwionośnych i upodatniające na astmę osłabienie oskrzeli, trafiły mi do przekonania. Jednak w drodze do domu uświadomiłam sobie, jak często lekarze stawiają mylne diagnozy. Doszłam do wniosku, że ze względu na moje zdrowie psychiczne, palenie powinno mi się zalecać. W trakcie dalszych rozmów wiele razy słyszałam też: „po prostu postanowiłem, że nie będę palić, oddałem resztę papierosów koledze...", ale odrzuciłam takie opinie, jako mało prawdopodobne i grubymi nićmi szyte. Przecież nie od wczoraj wiadomo, że nic nie dzieje się bez przyczyny. Na koniec udałam się do Marioli. Nie jest mi łatwo przyznać się do tego, że ją znam, ale cóż... jak wszyscy to wszyscy. Mariola powiedziała: „rzuciłam palenie, bo kiedy zdejmowałam sweterek, wiesz, ten czerwony, to zamiast moich ulubionych perfum, wiesz, jakich używam, poczułam dym papierosowy!". „No nareszcie! – pomyślałam sobie – to jest motywacja, której potrzebuję! I nie ważne, że kieruje mną niezdrowa ambicja. Machiavelli też nie był do końca fair. Moje ubrania nie będą pachniały dymem! A perfumy mam i tak lepsze!

Kiedy miałam już wystarczająco silną motywację, pozostały jedynie drobne zabiegi kosmetyczne: przekonanie męża, żeby rzucił palenie razem ze mną i wybranie odpowiedniego dnia. Mój mąż, święty człowiek, uznał mój antynałogowy pomysł za genialny i zdecydował się przystąpić do kampanii. A ponieważ on też nie lubi stawiać czoła nowym wyzwaniom bez przygotowania, poszliśmy do pubu omówić strategię. Wieczór był bardzo owocny w przeróżne, mądre i jakże wymowne refleksje. Przede wszystkim potępiliśmy palenie jako niezwykle szkodliwy i odrażający nałóg, z obrzydzeniem patrząc na trzymane przez nas papierosy, i na palaczy przy stolikach obok. Zastanawialiśmy się, jak to w ogóle możliwe, że przez tyle lat tak beztrosko się truliśmy. Z rozkoszą zaciągaliśmy się dymem mając świadomość, że nareszcie poszliśmy po rozum do głowy. Uroczy wieczór zakończyły luźne rozważania na temat niezliczonych zalet wolności jako takiej. Za datę początku walki z nałogiem przyjęliśmy poniedziałek i w niedzielę wieczorem komisyjnie wypaliliśmy ostatniego papierosa.



Zgodnie z przyjętym u nas kalendarzem po niedzieli zjawił się poniedziałek. Po raz pierwszy od kilkunastu lat w drodze do pracy nie kupiłam papierosów. Nie było to specjalnie trudne, bo mąż zawiózł mnie pod drzwi redakcji. Weszłam do budynku i obojętnym spojrzeniem omiotłam półkę z papierosami w stołówce. Właściwie w ogóle mogłam tam nie patrzeć, bo przecież rzuciłam palenie. Potem wszystko potoczyło się zwyczajnym torem: weszłam do pokoju, włączyłam komputer, zrobiłam sobie kawę i nie poszłam zapalić papierosa. Rzuciłam się w wir pracy. Napisałam kilka zdań i przypomniałam sobie, że jeszcze z nikim nie podzieliłam się tą, jakże dobrą dla mnie, nowiną. Wszyscy bardzo się ucieszyli i życzyli mi powodzenia. A ja dumnie przechadzałam się po korytarzu i z politowaniem patrzyłam na grupkę ludzi przy popielniczce. Około południa zaczęły mi się trząść ręce. Doszłam do wniosku, że to pewnie z wrażenia i, robiąc więcej literówek niż zwykle, pisałam dalej. Kiedy po godzinie do wspomnianych objawów dołączyły zawroty głowy i ból brzucha, zaczęłam intensywnie myśleć nad antidotum. Po około dwóch sekundach przypomniałam sobie, w jaki sposób leczy się narkomanów. A skoro im stopniowo zmniejsza się dawki narkotyku, żeby organizm lepiej zniósł szok, to niby w imię czego ja mam się tak męczyć. Niezawodna jak zawsze Małgosia poczęstowała mnie mentolowym – na lekarstwo. Poczułam się jeszcze gorzej. Pełna wyrzutów sumienia postanowiłam skoncentrować się na pracy. Udało się aż do trzeciej po południu. Potem jakimś cudem dotrwałam do końca dnia pracy. Zupełnie nie wiem, dlaczego koledzy z pokoju doszli do wniosku, że mówię więcej niż zwykle. Ja wcale tego nie zauważyłam.

Po powrocie do domu skonsultowaliśmy z mężem liczbę wypalonych papierosów. On też wypalił dwa. Byłabym z niego bardzo dumna, gdyby chwilę potem nie zajął się jak zwykle czytaniem gazety przy kolacji. Kiedy wyraziłam swoje oburzenie, uznał, że powinnam lepiej nad sobą panować. Około dziewiątej obrażona i rozżalona poszłam spać. Kolejne dni były kalką poniedziałku. We czwartek już sama zauważyłam, że więcej mówię. I to nie koniecznie z sensem. Mój mąż z pewnością zaczął myśleć o rozwodzie. Jutro jest sobota. Kupiłam paczkę papierosów. Na lekarstwo oczywiście. No cóż, „rzucanie palenia jest łatwe, robiłam to tyle razy..."

Nowości wydawnicze

Agata Żabowska

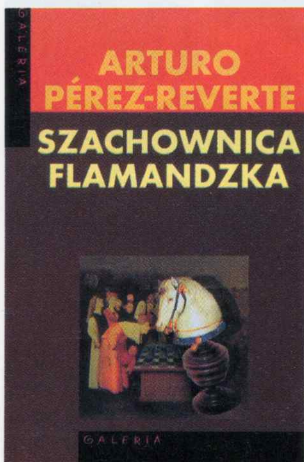
John Irving
MOJE FILMOWE PERYPETIE
Prószyński i S-ka



Autor bestsellerów m.in. „Świat według Garpa", „Hotel New Hampshire" czy „Modlitwa za Owena" opowiada w tej książce o swych trwających trzynaście lat zabiegach i przygodach, związanych z przeniesieniem ostatniej swej powieści, „Regulaminu tłoczni win", na ekran. Jest to zabawna, a chwilami smutna opowieść o trudach tworzenia, o tym, że niełatwo być jednocześnie autorem i współreżyserem, o tym, dlaczego niekiedy obraz filmowy odbiega od literackiego pierwowzoru, o dążeniu do doskonałości. Wysiłki te zostały uwieńczone sukcesem – powstał film w reżyserii Lasse Hallströma, z Michaelem Caine`em w roli głównej – film równie niezwykły i poruszający jak powieść, stanowiąca jego kanwę. Sam pisarz odegrał w nim rolę „nieżyczliwego zawiadowcy", który pojawia się na ekranie tylko dwukrotnie i nie mówi ani słowa. W powieści jest postacią szaloną i smutną, wręcz uosobieniem mitycznej głupoty. Irving pisze: „Nie rozpoznacie mnie, nie ma żadnych zbliżeń mojej twarzy. Możecie nawet nie zdawać sobie sprawy z niechęci okazywanej przez zawiadowcę. Ja po prostu chciałem tam być – jako nieszczęsny zawiadowca – i patrzeć, jak Homer [główny bohater filmu i powieści] wysiada z pociągu." Z książki tej, będącej swoistym pamiętnikiem z planu filmowego, dowiemy się również o scenach, które nie znalazły się w filmie oraz o pracy nad reklamą filmu.

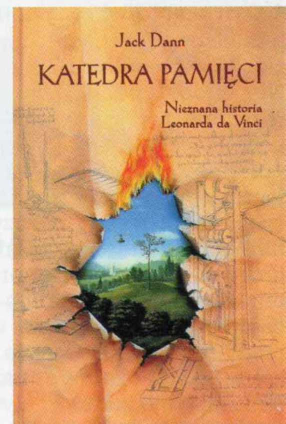
Arturo Pérez-Reverte
SZACHOWNICA FLAMANDZKA
MUZA SA

Ktoś popełnił morderstwo w 1472 roku. Klucz do zagadki tkwi wśród figur przedstawionych na flamandzkim obrazie „Partia szachów" mistrza Pietera van Huysa. Ktoś popełnił morderstwo w 1991 roku. Kluczem do zagadki jest ta sama partia szachów, którą tajemniczy zabójca rozgrywa dalej pięćset lat później. Obydwie zagadki chce rozwiązać Julia, młoda konserwatorka sztuki – tym bardziej że giną osoby w jej otoczeniu. Musi je rozwiązać, jeśli sama chce przeżyć. „Szachownica flamandzka" to wspaniała przygoda z pogranicza sztuki, szachów i mrocznej, choć klasycznej opowieści detektywistycznej. To czwarta już bestsellerowa w Polsce książka hiszpańskiego pisarza, przedstawiciela literatury popularnej, ale wysokiego lotu. Pérez-Reverte nie podsuwa byle czego. Akcja „Klubu Dumas", „Ostatniej bitwy templariusza" czy „Fechtmistrza" dzieje się współcześnie, ale zawsze opowiadana historia odsyła do przeszłości. Każdy wątek kryminalny skrywa głębszy sens, i tylko od czytelnika zależy, co go bardziej zainteresuje.



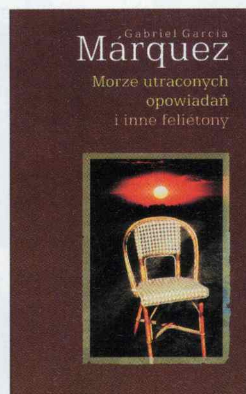
Jack Dann
KATEDRA PAMIĘCI
MUZA SA

Piętnastowieczna Florencja. Tutaj, w mieście władanym przez Medyceuszy w czasach, gdy nauka i magia stanowią jedność, budzą się ciemne źródła geniuszu Leonarda da Vinci. Otoczony przez tak i wybitnych i błyskotliwych ludzi, jak Sandro Botticelli i Niccolo Machiavelli, Leonardo prowadzi uprzywilejowane życie malarza i kochanka oszałamiająco pięknej młodej kobiety. Jednak bezlitosny wróg szykuje mu upadek i wkrótce wielki artysta-wynalazca wyruszy z miasta swego urodzenia w mityczną podróż ku przeznaczeniu – i przygodzie – która mogła się zdarzyć. W swojej powieści-życiu – da Vinci udaje się na Bliski Wschód, gdzie podczas wojny pomiędzy Mehmedem Zwycięzcą a kalifem Ka'it Bejem ma okazję zastosować swoje przerażająco skuteczne wynalazki – aparaty do nurkowania, wielolufowe działa, opancerzone wozy bojowe koszące ludzi jak łany zboża i pociski rozpryskowe zrzucane z latających machin...



W arcydziele historycznej fikcji, która po mistrzowsku miesza fakty z fantazją, Jack Dann odtwarza świat włoskiego renesansu i przedstawia własną, przerażającą, nieznaną historię zagubionego roku z życia Leonarda da Vinci...

Gabriel Garcia Marquez
MORZE UTRACONYCH OPOWIADAŃ I INNE FELIETONY
MUZA SA



Lata 1980-1984 to w życiu Gabriela Garcii Marqueza okres niespokojny, czas splendorów i czas politycznych zawirowań. W 1981 roku otrzymuje Legię Honorową, w 1982 – literacką Nagrodę Nobla. Ten najsłynniejszy Kolumbijczyk mieszka w tym czasie z dala od rodzinnego kraju, zmuszony do natychmiastowej ucieczki z Kolumbii wobec groźby aresztowania za rzekome powiązania z partyzantką M-19. Jest to także okres intensywnej pracy twórczej. Skończył właśnie „Kronikę zapowiedzianej śmierci", pracuje nad scenariuszami, a w 1982 roku rozpoczyna pracę nad nową powieścią – powieścią o miłości. Od października 1980 do marca 1984 pisze regularnie felietony do kolumbijskiego „El Espectador", przedrukowywane w innych hiszpańskojęzycznych czasopismach. W sumie powstało ich 167. Kunszt Garcii Marqueza – dziennikarza splata się z mistrzostwem dojrzałego pisarza. Dywagacje polityczne na temat sytuacji w Ameryce Łacińskiej, wojna o Falklandy, gorzkie rozliczenia z własnym krajem (opatrzone wspólnym symbolem zapachu guajawy), rozważania na tematy muzyczne, literackie i językowe, subiektywne portrety polityków owych czasów: Torrijosa, młodego Gonzaleza, Reagana, Mitterranda czy Palmego, osobiste refleksje na temat festiwalu w Cannes, a także Nagrody Nobla, pisane jeszcze przed jej otrzymaniem – to tylko niektóre tematy. Miłą ciekawostką są dwa felietony na tematy polskie, pisane w Paryżu w grudniu 1981 i w styczniu 1982 r. Warto zanurzyć się w to morze utraconych opowiadań, by je z czasem wyłowić.

Co nowego w kinach

WOJCIECH IGNATOWSKI

ANIOŁKI CHARLIEGO
reż. Joseph McGinty

Na początku był serial. Wymyślili go i wyprodukowali: Leonard Goldberg i Aaron Spelling – niekwestionowany król amerykańskich seriali („Dynastia", „Beverly Hills 90210"). Pierwszy odcinek „Aniołków Charliego" ukazał się 22 września 1976 roku. Nie zdobył publiczności od razu, ale już kilka miesięcy później stał się jedną z najpopularniejszych produkcji telewizyjnych w USA. Przeznaczony dotąd dla mężczyzn film kryminalny, zyskał grono nowych odbiorców – przed telewizorami gremialnie zaczęły zasiadać panie. Po pierwsze, by zobaczyć, że kobieta też może być inteligentna, błyskotliwa, a jak trzeba, to i przyłożyć potrafi. Po drugie: Aniołki stały się dla Amerykanek wyroczniami w kwestiach mody. Trzeba więc było śledzić serial na bieżąco, żeby wiedzieć, co w modzie piszczy. Gwoli wyjaśnienia młodszym czytelnikom – to właśnie Aniołki wylansowały fryzury „na anioła" i obcisłe kamizelki. Łącznie, w latach 1976-1981, wyprodukowano 114 odcinków. W role dziewczyn detektywów wcieliło się 6 aktorek. Jednak tak naprawdę karierę zrobił i w pamięci widzów pozostał skład z pierwszej serii – Farrah Fawcett, Jaclyn Smith i Kate Jackson.

Niemal 20 lat po zejściu Aniołków z telewizyjnej anteny, ich ówczesny producent, Leonard Goldberg, postanowił przypomnieć widzom trzy inteligentne i seksowne dziewczyny. Oczywiście musiały to być Aniołki na miarę naszych czasów, radzące sobie w o wiele trudniejszych sytuacjach, niż ich telewizyjne poprzedniczki i potrafiące o wiele więcej. To narzuciło formułę filmu. Nie ma on nic wspólnego z klimatem serialu (nawet dziewczyny nazywają się inaczej). Natomiast nieodparcie kojarzy się z takimi produkcjami jak „Mission Impossible 2", innymi filmami Johna Woo, czy Bondami. Współczesne Aniołki to kobiety wyzwolone, potrafiące nie tylko mężczyznę zauroczyć, ale i pobić. Takie czasy nastały panowie, że stwierdzenie Jerzego Stuhra z „Seksmisji" – „kobieta mnie bije" – weszło w życie szybciej, niż się spodziewaliśmy.


BE&W

ART OF WAR – ZASADY WALKI
reż.: Christian Duguay

Ginie ambasador Chin przy ONZ. O morderstwo podejrzany jest tajny agent Shaw (Wesley Snipes). Próbuje rozwiązać zagadkę na własną rękę. Oczywiście nie jest to takie proste, bo oprócz tego, że Snipes chce złapać bandytów, to tajne służby chcą złapać jego. Mamy więc do czynienia z klasyczną zabawą w kotka i myszkę, tylko kto tu jest kotem, a kto myszą, a kto gończym psem?

Snipes wielokrotnie grywał role ścigających i ściganych („Morderstwo w Białym Domu", „Wydział pościgowy"), ma więc wprawę w kreowaniu takich postaci jak Shaw. Choć widać też rutynę. Film polega głównie na biciu, kopaniu i bieganiu.

Na koniec polonica – w jednej z ról zobaczymy polską aktorkę Lilianę Komorowską (prywatnie żona reżysera).

KOWBOJ Z SZANGHAJU
reż.: Tom Dey

Jackie Chan wyrusza z Szanghaju na Dziki Zachód. Ktoś porwał chińską księżniczkę i Jackie ma zamiar ją odnaleźć. Nie mający zupełnie pojęcia o zasadach (a właściwie ich braku) panujących na rzeczonym Dzikim Zachodzie, Chan wciąż wpada w kłopoty. Ale sobie radzi. Przeważnie przy pomocy nóg. Bijatyk i ekwilibrystycznych popisów gimnastycznych jest w tym filmie co nie miara. Ale jest też, jak zawsze w filmach z udziałem Chana, sporo niezłego humoru. Jest też znak firmowy popularnego chińskiego aktora – na napisach końcowych możemy obejrzeć smaczne ujęcia z wpadkami Jackiego na planie.



DOGMA
reż.: Kevin Smith

Dwa zbuntowane Anioły (Ben Affleck i Matt Damon) próbują wrócić do Nieba. Jeśli im się uda, całe misternie ułożone Uniwersum pójdzie do diabła. Słowem, stworzony przez Boga świat przestanie istnieć. Może go uratować tylko jedna osoba – pracownica kliniki aborcyjnej.


BE&W

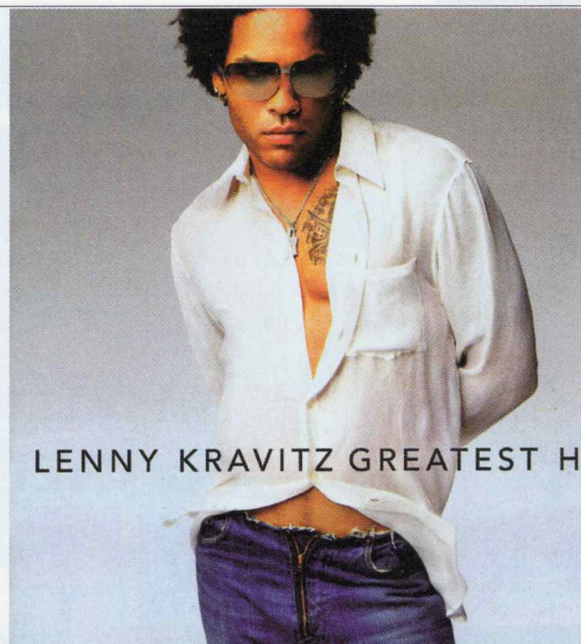
Coś takiego mógł wymyślić tylko kompletny świr. Zgadza się, bo Smith („Sprzedawcy") to wręcz wzorcowy przykład świra. A swoją drogą ciekawi jesteśmy, co na ten film powiedzą zorganizowane grupy dewotek? Alanise Morisette, jako Bóg, może mocno nadwerężyć ich wizję Uniwersum.

Nowości płytowe

Wojciech Ignatowski

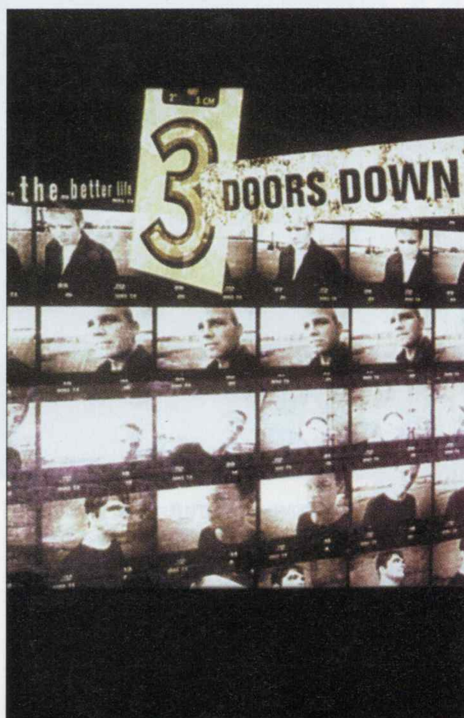
LENNY KRAVITZ
Greatest Hits

Ten album to prawdziwa gratka dla miłośników niezwykłego talentu Lenny'ego Kravitza. Zebrano na nim wszystkie największe przeboje artysty. Kravitz jest muzykiem, który tworzy piosenki w estetyce popu i rocka, ale za każdym razem stara się wprowadzać do swych utworów jakieś muzyczne niespodzianki, dodawać nowe smaki. Przez to jego muzyka, choć rozpoznawalna od razu (ten charakterystyczny głos), jest niezwykle różnorodna. Artysta nie znosi monotonii, a przez to nie pozwala też nudzić się słuchaczowi. Zresztą jak tu się nudzić przy ostrych, rockowych numerach, takich jak choćby: „Are You Gonna Go My Way", czy „American Woman". Albo przy przepięknych balladach w stylu „Stand By My Woman".



3 DOORS DOWN
The Better Life

Członkowie 3 Doors Down grają amerykański, melodyjny rock, w klimacie i brzmieniu zbliżony do dokonań Matchbox 20, Vertical Horizon i Creed. Na amerykańskim rynku zaistnieli przebojem „Kryptonite", który wdarł się do pierwszej dziesiątki Top 100 Billboardu. Potem poszło z górki. Publiczność polubiła cały album i zaczęła go gremialnie kupować. W Stanach Zjednoczonych, w odróżnieniu od Europy, wciąż istnieje duże zapotrzebowanie na rockowe, melodyjne piosenki. Nic dziwnego, że płyta w bardzo szybkim czasie okryła się platyną. W Europie idzie im niestety gorzej, a szkoda, bo 3 Doors Down to grupa warta szerszego zainteresowania.



RÓŻNI WYKONAWCY
www.mega TOP_2000.pl

Polska muzyka popularna nie ma ostatnio najlepszej passy. Ale skłamałby ten, kto powiedziałby, że kompletnie nic się w niej nie dzieje. Nie jest aż tak źle. Artyści wciąż nagrywają nowe piosenki. A czy powstają przeboje na miarę tych sprzed kilku lat, to już inna sprawa. Da się je jednak zebrać na całkiem interesującej płycie, opisującej to, co wydarzyło się w polskiej muzyce rozrywkowej w ubiegłym roku. A trochę się wydarzyło. I właśnie ten album jest zapisem wspomnianych wydarzeń. Usłyszeć na nim możemy piosenki m.in. ONA, Artura Gadowskiego, Kasi Nosowskiej, Myslovitz, Edyty Bartosiewicz, Perfectu i ubiegłorocznych debiutantów: Sylwii Wiśniewskiej, Ha-Dwa-O!, Grejfruta i Groovekojada.





THE OFFSPRING
Conspiracy Of One

Dexter Holland i spółka z uporem maniaków powtarzają, że są artystami niezależnymi. I może rzeczywiście są niezależni, ale finansowo. Dorobili się na tumanieniu młodych, nieosłuchanych ludzi. No bo jak można mówić o niezależności przy takiej muzyce. To, że ktoś uważa się za spadkobiercę punkowych idei, nie oznacza, że tym spadkobiercą jest. Co z tego, że Offspring grają ostro i szybko, niczym rasowi punkowcy, skoro melodyka ich piosenek najbliższa jest dokonaniom boysbandów. A do tego ta wtórność, która wyłazi z każdego utworu na płycie. Po co ściemniać panowie, skoro słychać, co jest grane?

FATBOY SLIM
Halfway Between The Gutter And The Stars

Po nagraniu poprzedniej płyty Fatboy Slima okrzyknięto geniuszem nowej muzyki elektronicznej. Potem zluzował go na tej pozycji Moby. A potem Fatboy nagrał ten właśnie album. Niestety, geniuszu w nim nie słychać. Artysta nie błysnął tu talentem kompozytorskim, a i aranżacje są jedynie rzetelne. Jak na muzyka, którego krytycy wynosili pod niebiosa, to trochę mało. Ale stara prawda mówi, że nie co dzień jest święto. Geniuszom także zdarza się nagrywać „powszednie" albumy.



Rajskie plaże, gorący podrównikowy klimat, pełna tajemnic dżungla, wulkan i ocean. A do tego mnóstwo turystycznych atrakcji: tropikalne safari, nurkowanie, surfing i niespotykane gdzie indziej bogactwo... rumów. Jest tylko jedno miejsce na Ziemi, gdzie wszystkie te wspaniałości są w zasięgu ręki – to wyspa Martynika.







MARTYNIKA

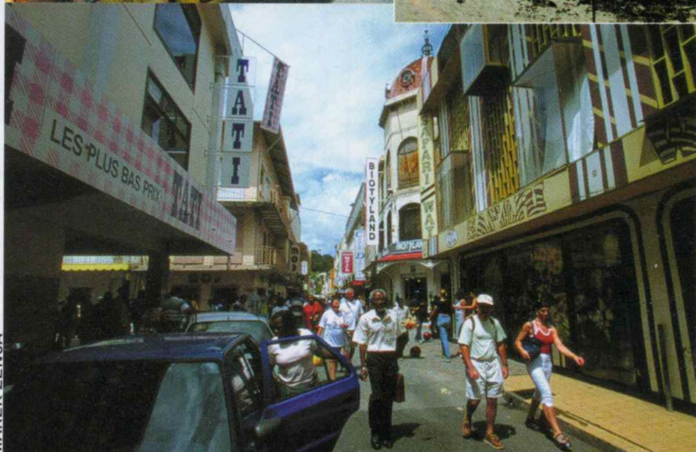
Wyspa kwiatów i kolibrów

MAREK ŻEŃCA

Martynikę, położoną w archipelagu wysp zawietrznych na Małych Antylach na Morzu Karaibskim, odkrył w 1502 r. – Krzysztof Kolumb, lecz wtedy nie przybił do jej brzegów. Zachwyceni urodą wyspy turyści żartują dzisiaj, że nie zrobił tego z obawy, iż nie chciałby stamtąd płynąć dalej. W każdym razie, europejski podróżnik postawił stopę na Martynice w 9 lat później, podczas kolejnej wyprawy Krzysztofa Kolumba.

W cieniu wulkanu

Były w historii wyspy chwile tragiczne, a wszystko z powodu geografii. Wyspa Kwiatów, czyli w języku tubylców Madinia, jest pochodzenia wulkanicznego. Najwyższa góra Martyniki, wulkan Mount Pelee (1397 m), położony w północnej części wyspy, wybuchł nagle 8 maja 1902 r., doszczętnie niszcząc stolicę Saint Pierre. Gdyby nie wspomnienie tego dramatu, można by zaryzykować stwierdzenie, że to prawdziwa rajska kraina. Klimat jest tu podrównikowy, gorący i wilgotny, ale nie tak dokuczliwy dla Europejczyków, jak tropikalny. Średnia temperatura roczna wynosi 26 stopni (goręcej jest od grudnia do marca), przy czym przez cały rok atmosferę wyspy „przewietrzają" wiatry, regularnie wiejące ze wschodu i północnego-wschodu.



MAREK ŻEŃCA


MAREK ŻEŃCA

Banany, rum i turyści

Głównymi źródłami dochodów na Martynice są turystyka i rolnictwo. Uprawia się tu trzcinę cukrową, banany (tubylcy traktują je jako roślinę przemysłową pośledniego gatunku, podobny „status" mają u nas ziemniaki), ananasy, kakao, kawę, warzywa i kwiaty egzotyczne. Największe znaczenie ma przemysł spożywczy, głównie cukrowniczy, małe fabryki konserw, czekolady i mydła. Najważniejsze są jednak gorzelnie rumu, który na Wyspie Kwiatów stanowi specialite de la maison. Wystarczy pospacerować po którymś z tamtejszych miasteczek, czy zapuścić się w dżunglę – rum znajdziemy wszędzie. Jest w sklepach (setki rodzajów), kafeteriach, restauracjach, sklepikach z pamiątkami, w muzeach (można przyjrzeć się z przewodnikiem procesowi destylacji i podegustować) – praktycznie na każdym kroku. Nawet w głębi podrównikowego lasu co i rusz napotykamy drogowskazy: „do najbliższej gorzelni X kilometrów". Zwykłe rumy (np. Saint James) nie są drogie, kosztują kilkanaście franków za niewielką butelkę, bardziej ekskluzyw-













MAREK ŻENCA

ne mają zaporowe ceny. Co ciekawe, na Martynice trudno spotkać kogoś pijanego.

Ogrody kolibrów

Jedną z ciekawostek Martyniki są przeurocze ogrody. Pasjonaci fauny i flory wprost oniemieją z zachwytu. Za wejście do rajskich ogrodów trzeba jednak płacić, podobnie jak za wstęp do muzeów – nawet kilkadziesiąt franków. W nagrodę możemy podziwiać piękne kolibry, pożywiające się w specjalnie dla nich skonstruowanych karmnikach. Kto nie lubi kolibrów może wybrać się np. do... muzeum bananów.

Oferta turystyczna licznych ośrodków wypoczynkowych i hoteli jest oszałamiająca. W większości z nich, oprócz restauracji, basenów i kawiarni, znajdziemy propozycje wypoczynku na nartach wodnych, surfowania, pływania kajakiem, nurkowania z maską, tenisa, siatkówki, koszykówki, rękodzieła ludowego i wielu innych. Popularne są rejsy jachtem na Karaiby lub na połów morskich ryb. Są też wycieczki samochodowe wzdłuż wybrzeży i w głąb wyspy, na które można się też wybrać prywatnie wynajętym jeepem. Jazda po dżungli czy w górach zapiera dech w piersiach, ale nie należy do bezpiecznych. Lepiej, by na wąskie, położone na stokach gór trasy wybierał się tylko doświadczony kierowca.

Podobnie jak wrażenia, oszałamiające bywają też ceny (przynajmniej dla średnio zamożnego Polaka). Na plaży, w średniej klasy ośrodku, za posiłek składający się z kawałka ryby, sałatki i ryżu zapłacimy ponad 100 franków, za większy kawałek ryby – 150.

Drogo, ale cudownie

Poniesione wydatki zrekompensują nam z pewnością niezapomniane wrażenia. Ludzie na Martynice żyją zupełnie inaczej, niż my. Wyznając zasadę „spiesz się powoli", wyzbyci europejskiego ciągłego pędu i stresu, spędzają leniwie czas w knajpkach, na spacerach, chętnie zawierają znajomości. Wszyscy tubylcy czują się pełnej krwi Francuzami, więc po francusku porozumiemy się na Martynice wszędzie. Po angielsku mówi się raczej w hotelach, ośrodkach wypoczynkowych i firmach, i jest on tam traktowany jako język biznesu.

Miejsc do zwiedzania jest na wyspie bez liku. W stolicy koniecznie trzeba zobaczyć dawne koszary, znane jako Fort St. Louis, postkolonialne budynki w centrum i targowiska z niebywałym dla Europejczyka wyborem owoców morza. Ciekawostką Martyniki jest też willa w miejscowości Trois Illets, w której urodziła się cesarzowa Józefina, żona Napoleona Bonaparte. Nie sposób też zrezygnować ze zwiedzania wulkanu Mount Pelee i zachowanych w mieście St. Pierre pozostałości po erupcji w 1902 r.

Na Martynikę można wyjechać z Polski bez wizy, pod warunkiem, że nasz pobyt nie będzie dłuższy niż miesiąc.

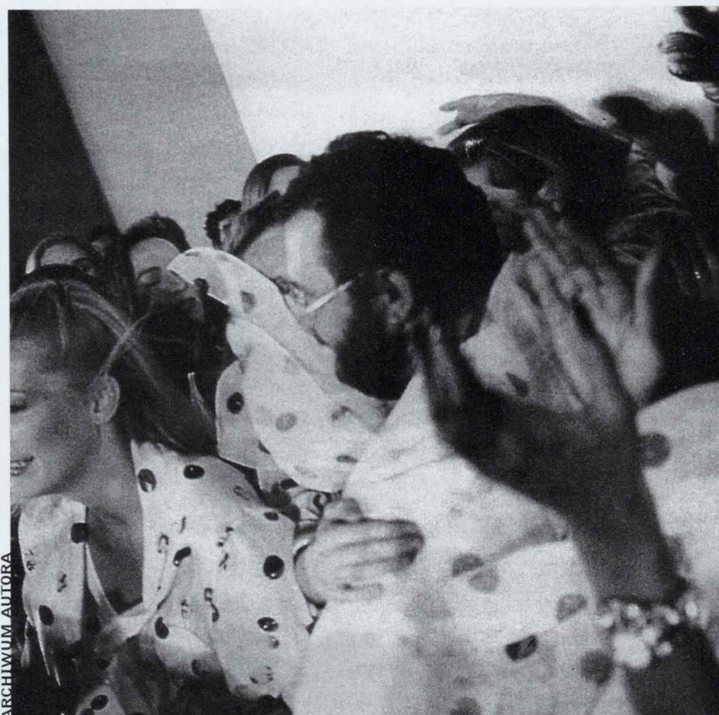
KILKA INFORMACJI

Powierzchnia: 1100 km kw.
Ludność: 400 tys. mieszkańców
Skład etniczny: Murzyni, Azjaci i Europejczycy (głównie Francuzi)
Stolica: Port de France (ponad 100 tys. mieszk.)
Większe miasta: Schoelcher (11 tys.), Lamentin (8 tys.)
Język urzędowy: francuski
Waluta: frank francuski

Włoch o przyjaznej twarzy ozdobionej okularami i ornamentem gęstej brody. Zawsze nienagannie ubrany. Doskonale, po męsku: garnitur, kamizelka, koszula, krawat – wszystko rzecz jasna świetnie dobrane. Człowiek, dla którego świat mody nie ma tajemnic. Mowa oczywiście o Gianfranco Ferre.

ARBITER elegantiarum

Jan Kosieradzki



ARCHIWUM AUTORA

W latach 1989-96 Ferre terminował u Diora, a ściśle mówiąc, kontynuował jego dzieło jako „arbiter elegantiarum", dbając o to, by nikt ze stylistów nie uszczknął niczego z mitu Wielkiego Mistrza. Tam stał się magikiem mody. Zapytany o najodleglejsze wspomnienie kojarzące się z igłą i krawieckim centymetrem przypomniał sobie „twór", zaledwie podobny do garnituru, w który rodzice ubrali go, kiedy miał sześć lat. Z tamtych czasów wspomina też tradycyjny, surowy model rodziny, w której został wychowany, i jeszcze to, kiedy wspólnie z bratem, matką i ojcem siadali do coniedzielnej porcji ryżu z rosołem i pietruszką. Dwa życiowe koszmary małego chłopca, który bez słowa skargi musiał znosić świętości domowej tradycji.



ARCHIWUM AUTORA

Kobieta i mężczyzna

Rokiem przełomowym był dla niego 1979, kiedy to pierwszy publiczny pokaz firmowany jego nazwiskiem zakończył się sukcesem. Znakomicie przyjęte przez znawców kolekcje utorowały Ferre drogę na krawiecki Olimp. Świat się na nim nie zawiódł. Gianfranco Ferre uwierzył w kobietę tęskniącą za wolnością, nieskrępowaną formułami, i stworzył w świecie mody wizerunek damy końca XX wieku. Wzgardził blichtrem i przeciwstawił mu esencjonalność zmieszaną z włoskim minimalizmem. Wydawało się, że jedno wyklucza drugie, ale nie dla niego. On połączył bez żadnych półśrodków dekoracyjny nadmiar i zdecydowaną formę w taki sposób, że stały się ponadczasowe. W latach osiemdziesiątych powiedział: „...moja kobieta jest zrealizowana, żyje rzeczywistym życiem, pracuje, zajmuje się domem, piękna kobieta, kochanka...", a potem dodał: „...elegancja jest bezwzględnie przyrodzona, to gest, ruchy, proporcje czynią kobietę elegancką". Tym przykazaniom jest wierny cały czas.



ARCHIWUM AUTORA

Mężczyznę ubiera porównując go do siebie samego, nie w jakimś konkretnym wymiarze, ale dla samej przyjemności kroju i dotyku tkaniny. Uważa, że wspaniałe jest to, iż dzisiejsza moda męska wyzwoliła się ze swego „mundurka", raduje się kolorem i nie nosi w sobie pokory.

Ferre zachwyca prawdziwa krawieczczyzna, rodzaj szamańskiego rytuału z użyciem gestów wyczuwających ciężar materii, pasujących bryłę garderoby do sylwetki, matematycznie wyliczone ruchy, kiedy punkty nanoszone na tkaninę, fastryga i ciężkie nożyce, tworzą pospołu skończony, uformowany strój.

Czar Orientu

Wielkie wrażenie wywarła na Gianfranco podróż do Indii w latach sześćdziesiątych. Zachwycił się wtedy całym Orientem, jego kulturą, kolorem, zapachem, nasycił oglądaniem kontrastów światła, barwy, luksusu i nędzy. Mnóstwo jego wizji ma swoje korzenie właśnie

w tamtej, olśniewającej podróży. W tym duchu urządził swój dom nad jeziorem - królują tu łososiowa czerwień i żółć z czarno brązowymi akcentami. Rezydencja jest, jak sam mówi, pełna wspomnień, a także... butelkowej zieleni, złotej żółci, jasnego drewna i ciętego szkła. Te konstrukcje barwne dają mu

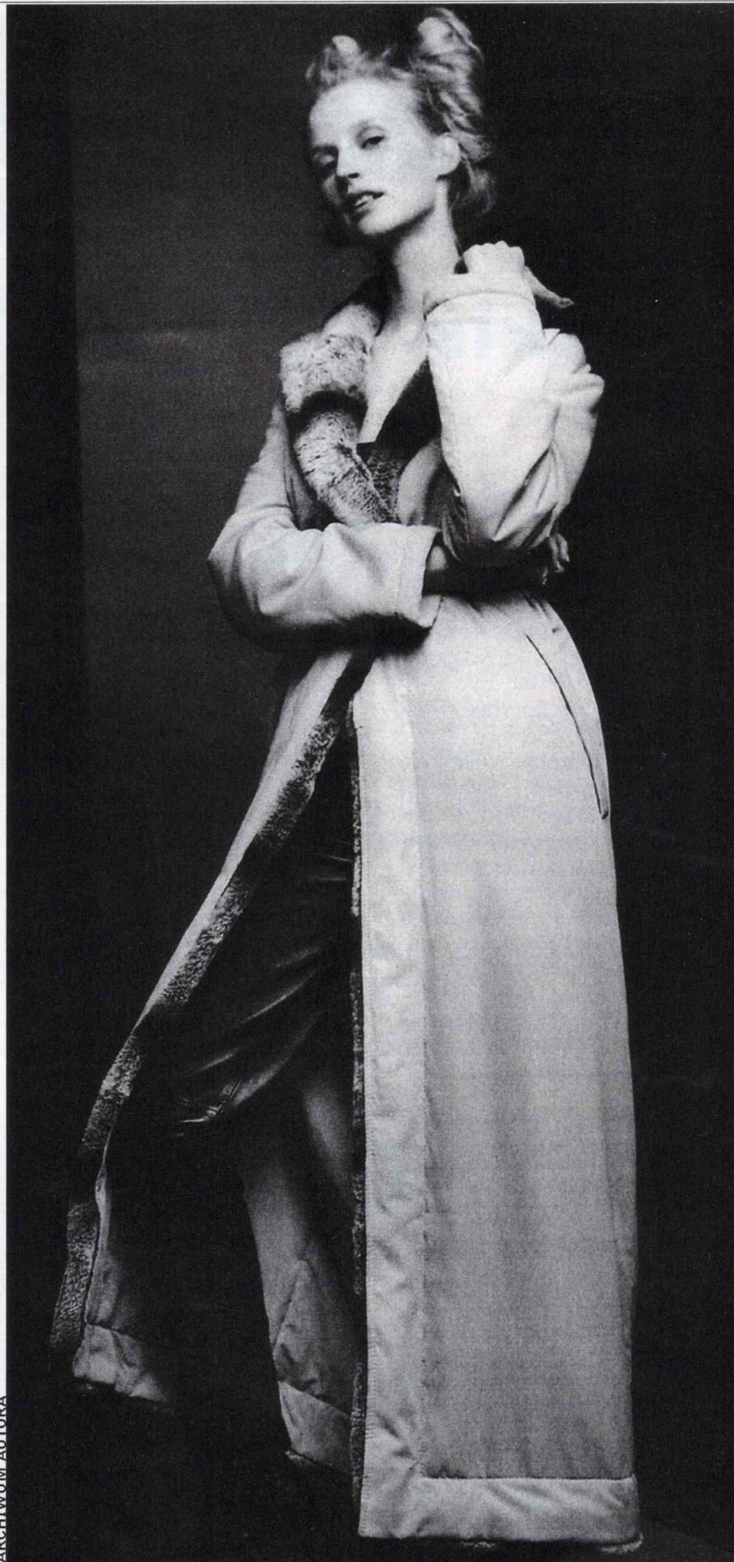

ARCHIWUM AUTORA

energię, siłę odczuwania, zapach i bezcielesną, wschodnią materialność... Kiedy opuszcza swą świątynię, towarzyszą mu inne barwy. Do ulubionych kolorów, które chętnie wykorzystuje w pracy, należą czerń i biel.

„Zwykły" człowiek

Ferre jest pielgrzymem, obserwatorem ludzi uwikłanych we współczesność, dostrzega selektywnie gest, ruch, linię

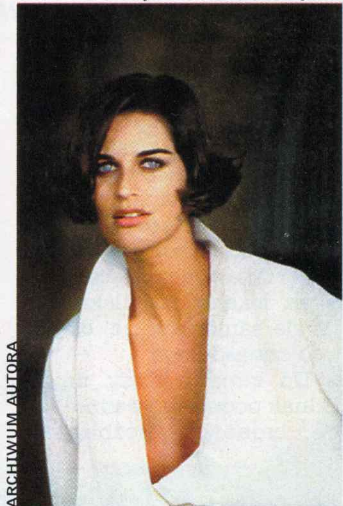

ARCHIWUM AUTORA


ARCHIWUM AUTORA

ramion, twarz, uśmiech. Na razie nie myśli o tym, by ustąpić miejsca młodszym albo szkolić uczniów. Mówi, że ma jeszcze dużo do zrobienia, pali go żądza pomysłów, fantazji i marzeń. Nie jest eklektykiem, stara się tworzyć bez odniesień historycznych, za to w zapatrzeniu w człowieka – poprzez swoje modele kreuje prawdę jego charakteru. W modzie nie znosi i nie wybacza ostentacji i kłamstwa. Takie credo życiowe wyniósł z mieszczańskiego domu lat dziecinnych.

Męczy go, jak sam przyznaje, nieunikniona konieczność godzenia pracy biznesmena z byciem artystą, projektantem mody, uciążliwość kierowania ludźmi i zarządzania. Nie powinno to zresztą nikogo dziwić, skoro w imperium Gianfranco Ferre obroty sięgają astronomicznej sumy 1400 miliardów włoskich lirów. Na cały stan ludzki składa się kilka tysięcy osób zatrudnionych w siedzibie w Mediolanie, w rozsianych po całym świecie agendach i rozlicznych butikach, oraz zastępy zapatrzonych w Mistrza modelek i stylistów. Nie ma modelki, która odmówiłaby uczestnictwa w pokazie jeśli prosi Gian. Na wybiegu u GF zawsze można zobaczyć najpiękniejsze ciała, najwspanialszą i najbardziej włoską modę, sublimację nowoczesności i wdzięku.

Ferre chętnie korzysta z uroków życia. Jak przystało na Włocha lubi jeść, ma skłonności do wybuchów i często


ARCHIWUM AUTORA

daje wyraz temperamentowi Południowca, choć przyznaje, że pracuje nad tym, by opanowywać nastroje. Jest obsesyjnie obowiązkowy i tego samego oczekuje od swoich podwładnych. Lubi luksus posiadania rzeczy potrzebnych, lub takich, które być może nigdy się nie przydadzą. Te ostatnie czekają w przepastnych garderobach na swoją kolej, by zaistnieć choćby ten jeden raz.

Gianfranco Ferre dzisiaj jest niekwestionowanym autorytetem odzieżowego świata, synonimem włoskiego stylu ubierania, koegzystencji powściągliwości i współczesnego baroku. Siedziba Domu Mody GF mieści się w Mediolanie, ma 5 pięter i... 7600 metrów kwadratowych powierzchni.

Dieta wegetariańska cieszy się coraz większą popularnością. Przyznaje się do niej już ok. dwa miliony Polaków. Z jedzenia mięsa rezygnują najczęściej z powodów etycznych i zdrowotnych.

Wegetariańskie przysmaki

KINGA BŁASZCZYK-WÓJCICKA

Przeprowadzane w Wielkiej Brytanii długoletnie badania na ponad 11 tysiącach wegetarian dowiodły, że żyją oni i zachowują sprawność fizyczną dłużej niż ludzie spożywający mięso. Wegetarianie zapadają o 30% rzadziej na wszelkiego rodzaju choroby serca i układu krążenia oraz do 40% rzadziej na większość odmian raka. Coraz częściej zastąpienie mięsa roślinami strączkowymi, warzywami i nabiałem polecane jest przez lekarzy jako lekarstwo na złe samopoczucie, ociężałość czy nadwagę.

Do zmiany diety należy jednak podejść rozsądnie tak, by organizm pozbawiony mięsa, otrzymywał w dalszym ciągu niezbędną ilość białka, węglowodanów i innych substancji odżywczych.

Podstawą posiłku wegetariańskiego powinno być zboże w różnej postaci (pieczywo – najlepiej ciemne, ryż, kasze, płatki i makarony). Jest ono bogatym źródłem węglowodanów i niezbędnego do dobrego funkcjonowania organizmu błonnika. Następne na liście zakupów wegetarianina powinny znaleźć się warzywa i owoce. Każdy dorosły człowiek (nie tylko wegetarianin!) powinien zjadać dziennie od pół do 3/4 kg owoców i warzyw, najlepiej świeżych. Są one skarbnicą wielu witamin i mikroelementów. Najważniejsze z nich to witaminy A, E i C.

Ważnym źródłem białka w diecie bezmięsnej są rośliny strączkowe. Dlatego na talerzu wegetarianina nie może zabraknąć takich produktów jak fasola, groch czy soja. Najlepiej jest łączyć je w jednym posiłku ze zbożem. Takie połączenie sprawia, że organizm lepiej przyswaja białko zawarte w roślinach strączkowych.

Tak skomponowaną dietę należy uzupełniać nabiałem (niezastąpione źródło wapnia) oraz tłuszczem w umiarkowanej ilości. Najbardziej polecana przez dietetyków jest oliwa z oliwek. Do przysmaków wegetarian należą również orzechy i suszone owoce, z powodzeniem zastępujące kaloryczne słodycze. Sposoby odpowiedniego komponowania diety można znaleźć w dostępnych na rynku książkach poświęconych wegetarianizmowi.

Zawartość tych książek przekonuje o bogactwie kuchni wegetariańskiej, która wbrew stereotypom nie sprowadza się do marchewki podanej na liściu sałaty.

Kotleciki z grochu

1 szklanka grochu
1 płaska łyżeczka soli
1/2 łyżeczki pieprzu
olej do smażenia


AREK ŚCICHOCKI, GW

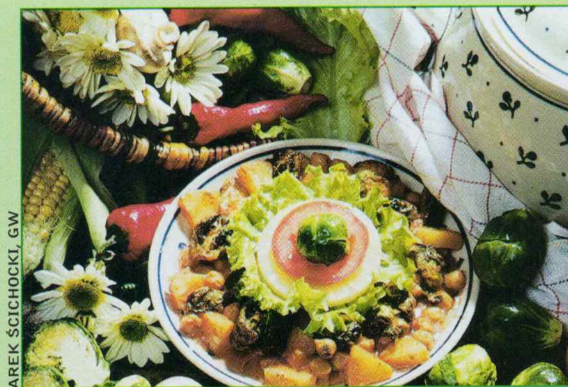
Groch namoczyć na noc w dużej ilości wody. Rano odcedzić, pozostawiając pół szklanki wody. Dodać do grochu pieprz, sól i zmiksować groch w mikserze na bardzo gęstą pastę. Użyć do tego końcówki miksera, którą miksuje się zupy i warzywa dla dzieci. Jeżeli masa będzie bardzo sucha, należy dodać odrobinę wody, która została z moczenia grochu.

Na teflonowej patelni rozgrzać olej. Powinien on pokrywać całą powierzchnię patelni co najmniej centymetrową warstwą. Łyżką nakładać masę z mielonego grochu na patelnię, formując małe kotleciki. Smażyć do złoto-brązowego koloru z obu stron. Jedna partia grochowych kotletów smaży się około 4-5 minut z jednej strony.

Kotleciki można podawać do obiadu, można z nich robić hamburgery dla dzieci. Są smaczne, chrupiące, tańsze i zdrowsze od kotletów mięsnych.

Brukselka w sosie pomidorowym

1/2 kg brukselki
1/2 l przetartych pomidorów bez pestek(z kartonika)
2 plasterki ananasa z puszki
1/2 szkl. ciecierzycy (groszku włoskiego)
3 łyżki śmietany
po 1 łyżeczce oregano, bazylii, pieprzu i słodkiej papryki
szczypta cynamonu
2 łyżki oliwy z oliwek
1 łyżeczka soli


AREK ŚCICHOCKI, GW

Groszek włoski namoczyć na noc w wodzie. Następnego dnia odsączyć, wypłukać, zalać ponownie wodą i ugotować do miękkości, tzn. do czasu, kiedy ziarenko da się rozetrzeć pomiędzy palcami. Zabiera to około 40-50 minut.

W tym czasie trzeba umyć i osuszyć brukselki oraz oczyścić je z wierzchnich listków, jeśli są zwiędnięte. Pokroić wzdłuż na połówki i gotować na parze przez 7-9 minut. Powinny być jędrne.

Ananasa pokroić w średniej wielkości kostkę. Odlać 1/4 szkl. zalewy z puszki, w której się moczyły.

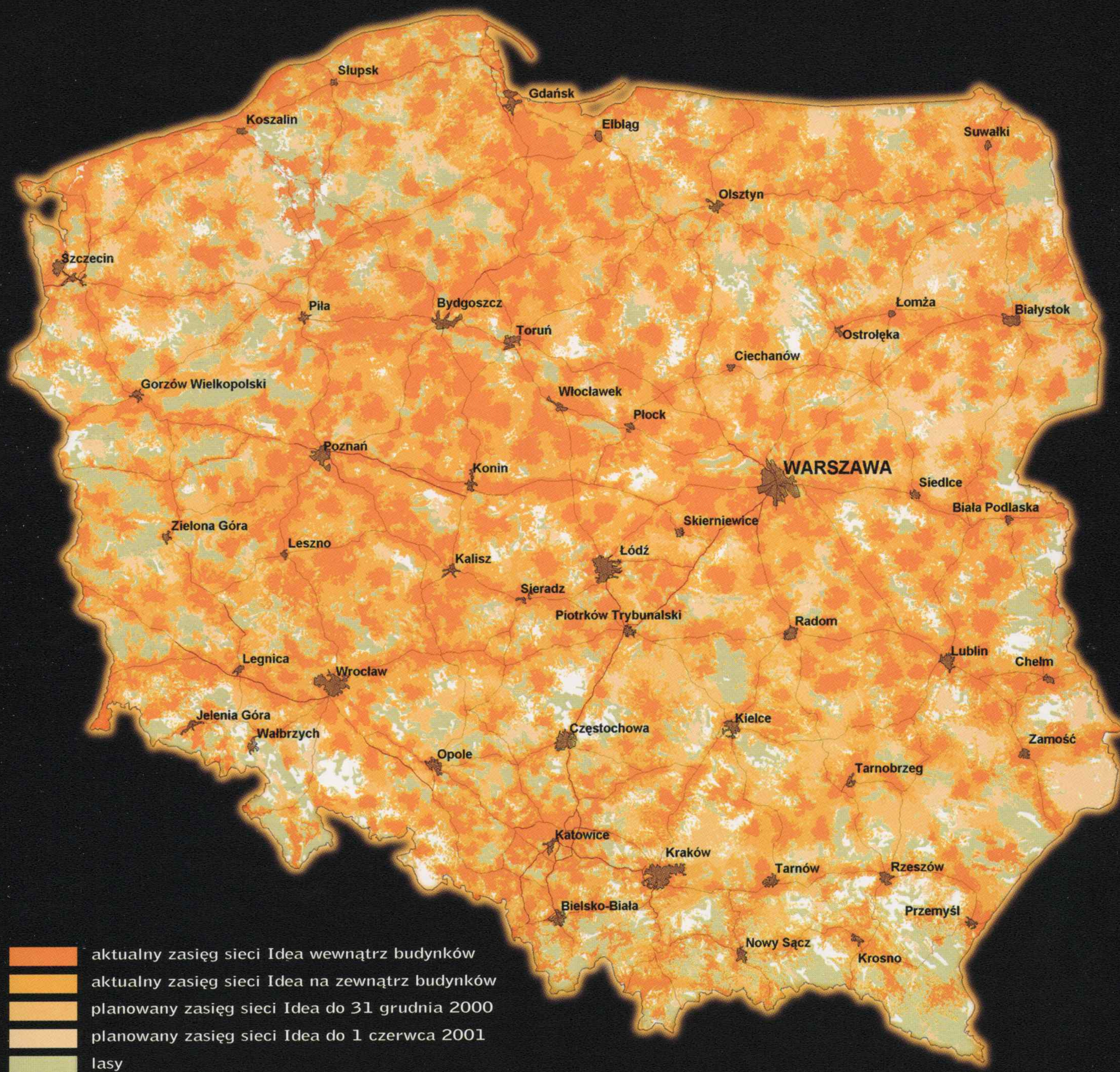
W dużym garnku o grubym dnie rozgrzać oliwę z oliwek, kiedy zacznie skwierczeć, wsypać do niej pieprz, paprykę i cynamon, zamieszać i natychmiast wrzucić brukselki. Smażyć je przez następne 3 minuty, cały czas mieszając. Zalać wszystko pomidorami, dodać syrop z ananasa, śmietanę, oregano, bazylię i sól.

Tak powstały sos pomidorowy doprowadzić do wrzenia i wrzucić do niego ugotowany groszek włoski i pokrojonego ananasa. Dokładnie wymieszać.

Brukselka w sosie pomidorowym jest daniem wykwintnym i doskonale nadaje się na przyjęcia czy uroczyste bankiety. Podana z ryżem lub ziemniakami oraz z surówką może posłużyć również za niedzielny obiad.

O AUTORCE:
Kinga Błaszczyk-Wójcicka
Wegetarianka od ponad 10 lat, prowadzi własną firmę cateringową obsługującą wegetariańskie przyjęcia, drukuje też swoje przepisy w prasie, m.in. w cyklu „Uczta Wegetariańska", który ukazuje się cyklicznie na łamach Magazynu Gazety Wyborczej.
Przepisy autorki znajdują się w internecie: **uczta.vege.pl**

Polska w zasięgu **Idei**



Prezentowany zasięg GSM 900/1800 dla telefonów dwuzakresowych ma charakter orientacyjny.

W zasięgu Idei znalazło się już 94% ludności Polski. Dzięki 170 umowom roamingowym Użytkownicy Idei mogą korzystać ze swoich telefonów w ponad 80 krajach Europy, Azji i Ameryki.

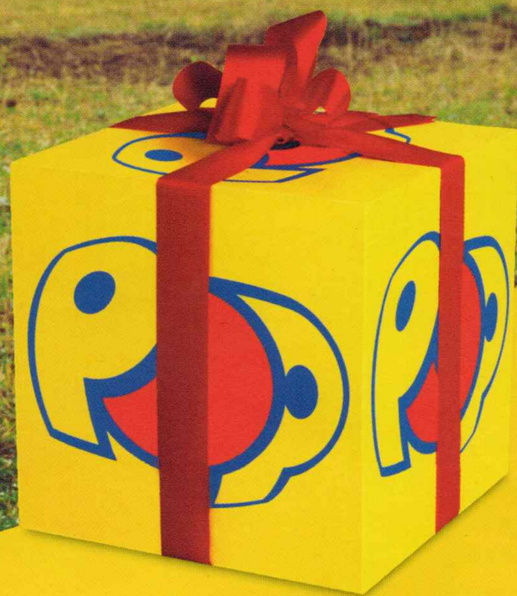


ciągle nowe pomysły

bezpłatna infolinia: 0 800 123456 www.idea.pl

gdzie masz przyjaciół?





Nawet rybak w górach może dzwonić tanio do innych rybaków. Wystarczy, że skorzysta z usługi **Mój Kierunek.** Dzięki niej każdy Użytkownik POP może wybrać jeden numer kierunkowy w sieci stacjonarnej, a wszystkie połączenia do jego przyjaciół, krewnych, znajomych i sąsiadów na numery w wybranej strefie będą tańsze o 10%. Niezależnie od tego, skąd będzie dzwonił. W sumie wypada więc to bardzo tanio, nawet kiedy dzwoni do najdroższych.

łączy z ludźmi

(na święta)

bezpłatna infolinia: 0 800 123456

www.idea.pl

w sieci IDEA